

**“STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA MARTABAK RAJAWALI
DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN”
(Studi Kasus Desa Tambak Kemerakan Krian, Sidoarjo)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Program Studi
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur



OLEH :

Muhammad Safrizal Hafizd

NPM. 19042010188

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA MARTABAK RAJAWALI
DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
(DESA TAMBAK KEMERAKAN KRIAN, SIDOARJO)**

Disusun Oleh :

MUHAMMAD SAFRIZAL HAFIZD
NPM.19042010188

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Pembimbing



Dra Siti Ning Farida, Msi
NIP.196407291990032001

Mengetahui,

**DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA MARTABAK RAJAWALI
DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
(DESA TAMBAK KEMERAKAN KRIAN, SIDOARJO)**

Disusun Oleh :

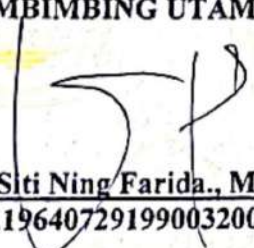
MUHAMMAD SAFRIZAL HAFIZD

NPM : 19042010188

**Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 28 Februari 2023**

Menyetujui

PEMBIMBING UTAMA

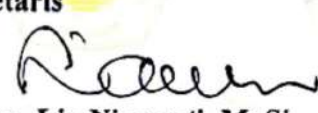

Dra. Siti Ning Farida., M.Si
NIP.196407291990032001

TIM PENGUJI

1.Ketua


Dr. Nurhadi, M.Si
NIP. 196902011994031001

2. Sekretaris


Dra. Lia Nirawati, M. Si
NIP. 196009241993032001

3. Anggota


Dra. Siti Ning Farida., M.Si
NIP.196407291990032001

**Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**




Dr. CATUR SURATNOAJI, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Safrizal Hafizd

NPM : 19042010188

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA MARTABAK RAJAWALI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Studi Kasus desa Tambak Kemerakan Krian, Sidoarjo)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli pribadi saya yang dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata I di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Semua sumber yang digunakan dalam skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Surabaya, 28 Februari 2023
Yang membuat pernyataan



Muhammad Safrizal Hafizd
NPM 19042010188

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Strategi Bauran Pemasaran Pada Martabak Rajawali Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Desa Tambak Kemerakan Krian, Sidoarjo)”**

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, tidak akan berjalan lancar dan berwujud baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada Ibu Dra.Siti Ning Farida, Msi selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini. Dan penulis juga menyampaikan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis, baik dukungan moril, materil, maupun spiritual. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, M.A, selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Segenap Dosen Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

5. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada saya untuk menyelesaikan penelitian ini.
6. Teman – teman dekat yang tidak henti memberikan semangat dan dukungan kepada saya dalam menyelesaikan proposal penelitian ini.
7. Teman – teman seperjuangan Administrasi Bisnis 2019.
8. Kepada pemilik serta seluruh konsumen Martabak Rajawali.

Penulis menyadari bahwa didalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan khususnya bagi penulis.

Surabaya, 28 Februari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	2
LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
ABSTRACT	ix
ABSTRAK	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori.....	19
2.2.1 Definisi Pemasaran.....	19
2.2.2 Definisi Strategi	23

2.2.3 Definisi Strategi Pemasaran	26
2.2.4 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	30
2.2.5 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	35
2.2.6 Definisi Penjualan	38
2.2.7 Analisis SWOT	39
2.2.8 Analisis Faktor (IFAS-EFAS)	41
2.3 Kerangka Berpikir	43
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	45
3.2 Batasan Penelitian	47
3.3 Lokasi Peneliitian	47
3.4 Populasi, Sampel, Teknik Penarikan Sampel	48
3.4.1 Populasi	48
3.4.2 Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	48
3.5 Obyek dan Informan Penelitian	50
3.5.1 Obyek Penelitian	50
3.5.2 Informan Penelitian	51
3.6 Teknik Pengumpulan Data	53
3.6.1 Observasi	53
3.6.2 <i>In-depth Interview</i>	54
3.6.3 Dokumentasi	54

3.6.4 Studi Pustaka.....	55
3.7 Teknik Analisis Data.....	55
3.7.1 Analisis SWOT	56
3.7.2 Diagram SWOT	57
3.8 Matriks SWOT	59
3.8.1 Matrik IFAS (Internal Factor Analysis Summary)	60
3.8.2 Matrik EFAS (External Factor Analysis Summary)	61
3.9 Jadwal Pelaksanaan Penelitian	62
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Gambaran Umum Martabak Rajawali	63
4.2 Visi dan Misi Martabak Rajawali	64
4.2.1 Visi Martabak Rajawali	64
4.2.2 Misi Martabak Rajawali	65
4.3 Logo Martabak Rajawali	65
4.4 Struktur Organisasi.....	65
4.5 Analisis dan Pembahasan	66
4.5.1 Penyajian Data	66
4.6 Data dan Identitas Informan	79
4.7 Tahap Analisis Faktor Internal Dan Eksternal Menggunakan IFAS Dan EFAS	80
4.7.1 Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)	80
4.7.2 Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman)	81

4.7.3 Tahapan Analisis	84
4.8 Pembahasan.....	89
4.8.1 Strategi Pemasaran	89
4.8.2 Formulasi Strategi	92
4.9 Perbandingan Hasil Penelitian Pada UMKM Martabak Rajawali Dengan Penelitian Terdahulu	93
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	98
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN.....	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Peningkatan dan Penurunan Volume Penjualan	7
Tabel 2. 1 Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 MATRIKS SWOT IFAS DAN EFAS	60
Tabel 3. 2 Jadwal Pelaksanaan Penelitian	62
Tabel 4. 1 Informan UMKM Martabak Rajawali	79
Tabel 4. 2 Hasil IFAS	80
Tabel 4. 3 Tabel EFAS	82
Tabel 4. 4 Rumusan Strategi Matriks SWOT	85
Tabel 4. 5 Perencanaan Kombinasi Strategi SWOT.....	85
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Matriks SWOT.....	86
Tabel 4. 7 Perbandingan Hasil Penelitian UMKM Martabak Rajawali Dengan Penelitian Terdahulu	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	43
Gambar 3. 1 Diagram Analisis SWOT.....	58
Gambar 4. 1 UMKM Martabak Rajawali	64
Gambar 4. 2 Logo UMKM Martabak Rajawali	65
Gambar 4. 3 Hasil Diagram SWOT UMKM Martabak Rajawali	84

ABSTRACT

MUHAMMAD SAFRIZAL HAFIZD, 19042010188, MARKETING MIX STRATEGY IN MARTABAK RAJAWALI IN INCREASING SALES VOLUME.

This thesis is the result of research that describes how big the marketing mix strategy is in increasing sales volume. The marketing mix can be described as a strategy that explains marketing from several variables that refer to the 4Ps, namely Product, Price, Promotion, Place. While sales volume refers to an increase in the results of sales with purchases that continuously occur in the business actor.

As for the background of the author so that he is interested in making this thesis, based on the results of observations through consumers who are interested in this business. With the management of the marketing mix strategy which is still quite good, so that it has its own advantages in order to compete with other competitors.

The research method used is a qualitative approach method by collecting data through interviews and observation media at Martabak Rajawali UMKM. The population used in this study are the owners and consumers or buyers of UMKM Martabak Rajawali, Krian Sidoarjo District with the criteria of Male/Female. The sampling technique used in this research is purposive sampling. The type of data used in this research is primary data and secondary data. Where the primary data is collected or obtained directly from the research object, while secondary data is obtained from several reference books or journals. The analysis technique used in this research is descriptive qualitative assisted by SWOT analysis. Thus the results of the research were obtained through the marketing mix strategy carried out at Martabak Rajawali in increasing sales volume assisted by a SWOT analysis to be able to continue to compete with other similar and dissimilar competitors.

Keyword : Strategy, Sales, Marketing Mix

ABSTRAK

MUHAMMAD SAFRIZAL HAFIZD, 19042010188, STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA MARTABAK RAJAWALI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN.

Skripsi ini merupakan hasil dari penelitian yang menggambarkan seberapa besar strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan. Bauran pemasaran dapat digambarkan sebagai salah satu strategi yang menjelaskan mengenai pemasaran dari beberapa variabel yang mengacu pada 4P yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Promosi (*Promotion*), Tempat (*Place*). Sedangkan volume penjualan mengacu pada peningkatan hasil dari penjualan dengan adanya pembelian yang secara terus menerus terjadi pada pelaku usaha tersebut.

Adapun yang melatarbelakangi penulis sehingga tertarik untuk membuat skripsi ini, berdasarkan pada hasil pengamatan melalui konsumen yang tertarik pada usaha tersebut. Dengan adanya pengelolaan strategi bauran pemasaran yang masih cukup baik, sehingga mempunyai keunggulan tersendiri agar dapat bersaing dengan pesaing lainnya.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data melalui media wawancara dan observasi pada UMKM Martabak Rajawali. Populasi yang digunakan pada penelitian merupakan pemilik dan konsumen atau pembeli dari UMKM Martabak Rajawali Kecamatan Krian Sidoarjo dengan kriteria Laki/Perempuan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian adalah purposive sampling. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder. Dimana pada data primer dikumpulkan atau diperoleh langsung dari objek peneliti, sedangkan sekunder diperoleh dari beberapa referensi buku atau jurnal. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif kualitatif dibantu dengan analisis SWOT. Dengan demikian hasil dari penelitian didapatkan melalui strategi bauran pemasaran yang dilakukan pada Martabak Rajawali dalam meningkatkan volume penjualan dibantu dengan analisis SWOT untuk dapat terus bersaing dengan pesaing lainnya yang sejenis maupun tidak sejenis.

Kata Kunci : Strategi, Penjualan, Bauran Pemasaran