

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PADA UD. RIMBA KARYA DI SIDOARJO**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

JUWITA KHARISMA PUTRI
NPM: 19042010008

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

LEMBAR PERSETUJUAN
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PADA UD. RIMBA KARYA DI SIDOARJO

Disusun Oleh :

Juwita Kharisma Putri
NPM 19042010008

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
Pembimbing



Dr. Jojok D.S.Sos, M.Si
NPT. 370119500421

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si.
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Juwita Kharisma Putri
NIM : 19042010008
Fakultas /Program Studi : FISIP/Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UD. Rimba Karya di Sidoarjo

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 20 Juli 2023

Yang Menyatakan




Juwita Kharisma Putri

ABSTRAK

JUWITA KHARISMA PUTRI, 19042010008, ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA UD. RIMBA KARYA DI SIDOARJO.

UD. Rimba Karya merupakan distributor yang bergerak dalam bidang konstruksi yang berfokus pada suplai bahan material khususnya kayu dan triplek. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada UD. Rimba Karya di Sidoarjo.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang diformulasikan menggunakan analisis SWOT dan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dokumentasi dan triangulasi yang dilakukan oleh peneliti dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dengan metode analisis SWOT pada UD. Rimba Karya di Sidoarjo. Berdasarkan penelitian ini didapatkan hasil IFAS dan EFAS yang menunjukkan kekuatan dengan skor 2,87 dan kelemahan dengan skor sebesar 0,42. Sedangkan hasil EFAS menunjukkan peluang dengan skor 2,25 dan ancaman dengan skor 0,50. Berdasarkan diagram Analisis SWOT, UD. Rimba Karya menunjukkan pada kuadran 1 dengan menggunakan strategi agresif yaitu perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada sehingga strategi yang dapat diterapkan adalah mendukung pertumbuhan kebijakan yang agresif (Growth Oriented Strategy) untuk meningkatkan volume penjualan pada UD. Rimba Karya.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, volume penjualan, analisis SWOT, matriks IE

ABSTRACT

JUWITA KHARISMA PUTRI, 19042010008, MARKETING STRATEGY ANALYSIS IN INCREASING SALES VOLUME AT UD. RIMBA KARYA IN SIDOARJO.

UD. Rimba Karya is a distributor engaged in construction that focuses on the supply of materials, especially wood and plywood. The purpose of this study is to determine marketing strategies in increasing sales volume at UD. Rimba Karya in Sidoarjo.

The research method used in this study is a descriptive method with a qualitative approach formulated using SWOT analysis and data collection techniques through in-depth interviews, observation, documentation and triangulation performed by researchers in identifying strengths, weaknesses, opportunities, and threats with the SWOT analysis method on UD. Rimba Karya in Sidoarjo. Based on research This results obtained IFAS and EFAS which showed strength with a score of 2.87 and weakness with a score of 0.42. While the EFAS results show opportunity with a score of 2.25 and threat with a score of 0.50. Based on SWOT Analysis diagram, UD. Rimba Karya shows In quadrant 1 by using an aggressive strategy, the company has opportunities and strengths So that it can take advantage of existing opportunities so that the strategies that can be applied are support aggressive growth policy (Growth Oriented Strategy) to improve sales volume at UD. Rimba Karya.

Keywords: Marketing Strategy, sales volume, SWOT analysis, IE matrix

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT. yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UD. Rimba Karya di Sidoarjo”. Selesaiannya skripsi ini tidak lepas dari Bapak Dr. Jajok Dwiridotjahjono, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis, terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada dosen pembimbing.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan dan saran dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik, maka dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan 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, S.Sos., M.A. selaku koordinator program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
4. Bapak Khoirul Anam selaku pemilik UD. Rimba Karya yang memudahkan dalam menyampaikan informasi
5. Orang tua, adik-adik dan keluarga besar yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini

6. Masqu, Hana, Kak Afza, Citra, Ila, Tettew, Nanik, Puji, Jea yang selalu memberikan dukungan, hiburan, saran dan mendengarkan keluh kesah
7. Teman-teman Organisasi, Cybermarketing, Hipmi dan sahabat semuanya yang sudah menemani proses selama masa studi di Administrasi Bisnis
8. Seluruh teman-teman Adbis 19 yang telah memberikan saran dan memberikan semangat dalam menyelesaikan masa studi perkuliahan
9. *Last but no least, thanks to my self for working so hard, manage your time and believing me in any situation.*

Adapun penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menghaturkan permohonan maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Penulis berharap pembaca skripsi ini dapat memberikan kritik dan saran kepada penulis agar di kemudian hari penulis bisa membuat laporan lebih baik lagi.

Surabaya, 20 Juli 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
ABSTRAK	iiiv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Pengertian Strategi	10
2.2.2 Pengertian Pemasaran	12
2.2.3 Konsep Pemasaran	13
2.2.4 Tujuan Pemasaran	15
2.2.5 Manajemen Pemasaran	16
2.2.6 Strategi Pemasaran	16
2.2.7 Bauran Pemasaran.....	17
2.2.8 Pengertian Penjualan.....	20
2.2.9 Analisis SWOT	21
2.2.10 Cara Menganalisis SWOT	22
2.3 Kerangka Berpikir	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Batasan Masalah Penelitian	26
3.3 Lokasi Penelitian	26
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	27
3.4.1 Populasi	27
3.4.2 Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	27

3.5 Objek dan Informan Penelitian.....	28
3.5.1 Objek Penelitian.....	28
3.5.2 Informan Penelitian.....	29
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6.1 Observasi.....	30
3.6.2 Wawancara.....	30
3.6.3 Dokumentasi.....	30
3.6.4 Triangulasi.....	31
3.7 Teknik Analisis Data.....	31
3.7.1 Analisis SWOT.....	31
3.7.2 Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	33
3.7.3 Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS).....	35
3.7.4 Matriks SWOT.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	39
4.1.1 Visi dan Misi UD. Rimba Karya.....	40
4.1.2 Logo UD. Rimba Karya.....	40
4.1.3 Struktur Organisasi.....	41
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	43
4.2.1 Penyajian Data.....	43
4.2.2 Data Informan.....	51
4.3 Analisis SWOT.....	52
4.3.1 Analisis Faktor Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>) dan EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>).....	53
4.3.2 Diagram SWOT.....	58
4.4 Perbandingan Hasil Penelitian pada UD. Rimba Karya dengan Penelitian Terdahulu.....	63
BAB V PENUTUP.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan UD. Rimba Karya bulan Januari 2020-Desember 2023.....	4
Tabel 1.1 Data Pesaing UD Rimba Karya di Sidoarjo.....	5
Tabel 3.1 Perhitungan Skor EFAS	35
Tabel 3.2 Perhitungan Skor IFAS.....	37
Tabel 3.3 Perhitungan Matriks SWOT.....	37
Tabel 4.1 Data Informan Penelitian	52
Tabel 4.2 Hasil Rata-rata Responden IFAS.....	54
Tabel 4.3 Hasil IFAS (Internal Factor Analysis Summary)	55
Tabel 4.4 Hasil Rata-rata responden EFAS.....	56
Tabel 4.5 Hasil EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary).....	57
Tabel 4.6 Diagram SWOT.....	58
Tabel 4.7 Rumusan Strategi Matriks SWOT	60
Tabel 4.8 Hasil Analisis Matriks SWOT.....	60
Tabel 4.9 Hasil Perbandingan Penelitian dengan Penelitian Terdahulu.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Komponen Bauran Pemasaran	18
Gambar 2.2 Diagram Analsis SWOT.....	22
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir.....	24
Gambar 3.1 Diagram Analisis SWOT.....	32
Gambar 4.1 Logo UD. Rimba Karya.....	40
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	41
Gambar 4.3 Diagram SWOT	59