

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
PADATOKO ROKOK ELEKTRIK
XCLOUD DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur



OLEH :

ACHMAD NASHER LISTA BAHARI

1342010045

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

2017

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PADA TOKO ROKOK ELEKTRIK XCLOUD DI
SURABAYA**

Disusun Oleh :
Achmad Nasher Lista Bahari
NPM. 1342010045

**Telah di pertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik**

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

pada tanggal 24 Mei 2017

Menyetujui,

Pembimbing Utama


Tim Penguji :

1. Ketua

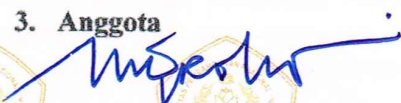

Dr. Jojok Dwiridotjahjono, M.Si
NPT. 3701195700421


Dra. Lia Nirawati, Msi
NIP. 196009241993032001

2. Sekretaris


Dra. Sonja Andarini, Msi
NIP. 196503261993092001

3. Anggota


Dr. Ir. Rusdi Hidayat N, M.Si
NIP. 196112241989031007

Mengetahui,

Dekan



Dr. Lukman Arif, MSi
NIP. 196411021994031001

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PADA TOKO ROKOK ELEKTRIK XCLOUD DI**

SURABAYA

Disusun Oleh :

Achmad Nasher Lista Bahari

NPM. 1342010045

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

**Menyetujui,
Pembimbing Utama**

Dr. Jojok Dwiridotjahjono, M.Si

NPT. 3701195700421

**Mengetahui,
Dekan**

Dr. Lukman Arif, M.Si

NIP. 196411021994031001



KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat, hidayah dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Analisis Stratetegi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Rokok Elektrik XCloud di Surabaya”. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat sesuai dengan apa yang diharapkan oleh penulis, walaupun dengan segala keterbatasan yang dimiliki.

Penulis menyadari bahwa dalam pelaksanaan dan 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 Bapak Dr. Jajok D, S.Sos, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan masukan dan bimbingannya, sehingga terselesaikannya skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis juga menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Lukman Arif, M.Si Selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Sonja Andarini, M.Si selaku koordinator Progam Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Ibu dosen progam studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah membantu selama proses perkuliahan.

4. Kedua orang tua penulis atas segala doa, dorongan semangat dan juga kasih sayang serta kesabaran yang tiada henti dalam mendukung penyelesaian penulisan skripsi.
5. Teman – teman progam studi Ilmu Administrasi Bisnis khususnya angkatan 2013 khususnya.
6. Semua pihak tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memperlancar proses penelitian dari awal sampai selesainya penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan. Namumm merupakan harapan bagi penulis bila karya tulis yang bermanfaat.

Surabaya, Mei 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kajian Pustaka	9
2.2.1 Pengertian Pemasaran	9
2.2.2 Konsep Pemasaran	10
2.2.3 Tujuan Pemasaran	11
2.2.4 Strategi Pemasaran	12
2.2.5 Manajemen Pemasaran.....	15
2.2.6 Sistem Pemasaran dan Lingkungan Pemasaran	16
2.2.7 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	18
2.3 Toko Rokok Elektrik XCloud Surabaya	21
2.3.1 Visi dan Misi	22
2.4 Analisis SWOT	22
2.5 Strategi	25
2.5.1 Devinisi Strategi	25

2.5.2 Strategi Bisnis Usaha	27
2.6 Penjualan	44
2.6.1 Pengertian Penjualan	45
2.6.2 Proses Penjualan	45
2.6.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan	47
2.7 Volume Penjualan	49
2.8 Kerangka Berfikir	50
BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1 Penelitian Dan Jenis Penelitian	52
3.2 Batasan Masalah Penelitian	54
3.3 Populasi dan Sample	59
3.4 Metode Pengumpulan Data	60
3.5 Lokasi Penelitian	62
3.6 Subjek dan Informasi Penelitian	63
3.7 Teknik Pengumpulan Data	64
3.8 Teknik Analisis Data	66
3.9 Analisis SWOT	69
3.9.1 Cara Membuat Analisis SWOT	69
3.9.2 Matriks SWOT	72
3.10 Pengujian Kredibilitas Data	74
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN	79
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	79
4.1.1 Sejarah Perusahaan	79
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	79
4.1.3 Struktur Organisasi	81
4.1.4 Job Description	81
4.2 Hasil dan Pembahasan	83
4.2.1 Hasil	83
4.2.1.1 Penyajian Data	83
4.2.1.2 Identitas Informan	87
4.2.1.3 Strategi Pemasaran	88

4.2.2 Hasil Penelitian Toko Rokok Elektrik XCloud	93
4.2.2.1 Analisis SWOT	93
4.2.2.2 Analisis Faktor Internal dan Eksternal	96
4.3.2 Pembahasan	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	107
5.1 Kesimpulan	107
5.2 Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	50
Gambar 3.1 Analisis Data Model Interaktif	67
Gambar 3.2 Cara Membuat Analisis SWOT	68
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	80
Gambar 4.2 Hasil Diagram Analisis SWOT	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Hasil Wawancara dengan MANAGER	109
Lampiran 2 Data Hasil Wawancara dengan KARYAWAN	115
Lampiran 3 Data Hasil Wawancara dengan KONSUMEN	123

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data penjualan Toko Rokok Elektrik XCloud Surabaya	4
Tabel 3.1 Matriks SWOT	70
Tabel 3.2 IFAS (Internal Factors Analysis Summary)	73
Tabel 3.3 EFAS (External Factors Analysis Summary)	75
Tabel 4.1 Identitas Informan	87
Tabel 4.2 Hasil IFAS	96
Tabel 4.3 Hasil EFAS	98
Tabel 4.4 Rumus Strategi Matriks SWOT/TOWS	100
Tabel 4.5 Perencanaan Kombinasi Strategi SWOT/TOWS	100

4.2.1.2 Identitas Informan

Dalam penelitian ini yang menjadi informan adalah pemilik dari Toko rokok elektrik XCloud Surabaya, karyawan, dan para konsumen Toko rokok elektrik XCloud Surabaya.

Tabel 4.1 Identitas Informan

No	Nama	Usia	Status
1	Bpk. David		Pemilik (Owner Device)
2	Bpk. Irwan		Pemilik (Owner Device)
3	Bpk. Sudiro		Pemilik (Owner Liquid)
4	Bpk. Ronald		Pemilik (Owner Liquid)
5	Faruq Vaperstuff		Manager
6	Nazar Firmansyah		Supervisor
7	Kikik		
8	Lia Effendy		
9	Ansye Rinda		
10	Bahrul Noyan		
11	Yus Junior		
12	icha		
13	--		Konsumen
14	--		Konsumen
15	--		Konsumen

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN PADA TOKO ROKOK ELEKTRIK XCLOUD DI SURABAYA

Disusun Oleh :

Achmad Nasher Lista Bahari

NPM. 1342010045

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
Pembimbing Utama

Dr. Jojok Dwiridotjahjono, M.Si

NPT. 3701195700421

Mengetahui,
Dekan

Dr. Lukman Arif, M.Si

NIP. 196411021994031001

ABSTRACT

ANALYSIS OF MARKETING STRATEGY IN IMPROVING SALES VOLUME IN XCLOUD ELECTRONIC CIGARETTE SHOP IN SURABAYA

Achmad Nasher Lista Bahari
NPM. 1342010045

The main objective of this research is to know and analyze the marketing strategy that is done to increase the exposure at XCloud Surabaya electrical cigarette shop. In addition, this research also aims to develop and recommend appropriate marketing strategies to XCloud Surabaya electrical cigarette shop in increasing revenue.

The method used is qualitative descriptive method which is part of qualitative research through in-depth interview technique, participant observation, and documentation. Sampling technique used is purposive sampling technique that is owner, employee and consumer. The analysis tool used is SWOT analysis that is using IFAS (Internal Factor Analysis Summary), EFAS (External Factor Analysis Summary), SWOT Analysis Diagram, and SWOT Matrix.

The results of the research using IFAS, EFAS, SWOT Analysis Diagram, and SWOT Matrix conclude that the position of XCloud Surabaya Electric Cigarette Shop in marketing strategy is to have internal strength but has a stroke. The strategy recommended in the marketing strategy of XCloud Surabaya Electric Cigarette Shop is ST (Strength Treats) strategy that uses company's strength to overcome the threat and take advantage of long-term opportunities by means of diversification strategy (Product or Market) such as Increasing Brand Image from Electric Cigarette Shop XCloud Surabaya to be better known by all people of Surabaya, Establish cooperation with the community in the making of events and Maintain prices with the addition of discounts or discounts for consumers who are loyal to the product Electric Cigarette Shop XCloud Surabaya.

Keywords: Marketing Strategy, IFAS, EFAS, SWOT

ABSTRAKSI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA TOKO ROKOK ELEKTRIK XCLOUD DI SURABAYA

Achmad Nasher Lista Bahari

NPM. 1342010045

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan pendapatan pada Toko rokok elektrik XCloud Surabaya. selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menyusun dan merekomendasikan strategi pemasaran yang tepat kepada Toko rokok elektrik XCloud Surabaya dalam meningkatkan pendapatan .

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif yang merupakan bagian dari penelitian kualitatif melalui teknik wawancara mendalam, observasi partisipan, dan dokumentasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling yaitu pemilik, karyawan dan konsumen. Alat analisis yang digunakan adalah analisis SWOT yaitu menggunakan IFAS (Internal Factor Analysis Summary), EFAS (External Factor Analysis Summary), Diagram Analisis SWOT, dan Matriks SWOT.

Hasil penelitian menggunakan IFAS, EFAS, Diagram Analisis SWOT, dan Matriks SWOT mendapatkan kesimpulan bahwa posisi Toko rokok elektrik XCloud Surabaya dalam strategi pemasaran adalah memiliki kekuatan dari segi internal namun memiliki acaman. Strategi yang direkomendasikan dalam strategi pemasaran pada Toko rokok elektrik XCloud Surabaya adalah strategi ST (Strength Treaths) yaitu menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman dan memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (Produk atau Pasar) seperti Meningkatkan Brand Image dari Toko rokok elektrik XCloud Surabaya agar lebih dikenal oleh seluruh masyarakat Surabaya, Menjalinkan kerjasama dengan komunitas dalam pembuatan event dan Mempertahankan harga dengan penambahan diskon atau potongan untuk konsumen yang loyal terhadap produk Toko rokok elektrik XCloud Surabaya.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, IFAS, EFAS, SWOT