

**STRATEGI PEMASARAN MEBEL UNTUK MENINGKATKAN
PENDAPATAN PADA PT. ROMI VIOLETA DI SIDOARJO**

SKRIPSI



OLEH :

RENDY RAMADHANI

1442010008

**KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI PEMASARAN MEBEL UNTUK MENINGKATKAN
PENDAPATAN PADA PT. ROMI VIOLETA DI SIDOARJO**

Disusun oleh :

RENDY RAMADHANI

1442010008

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA



BUDI PRABOWO, S.Sos, MM

NIP.19621061988031001

Mengetahui,

DEKAN FISIP



Dr. Lukman Arif, M.Si

NIP. 196411021994031001

LEMBAR PENGESAHAN

**STRATEGI PEMASARAN MEBEL UNTUK MENINGKATKAN
PENDAPATAN PADA PT. ROMI VIOLETA DI SIDOARJO**

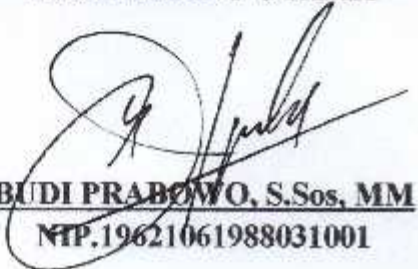
Oleh :

RENDY RAMADHANI
NPM. 1442010004

Telah dipertahankan dihadapkan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 31 Mei 2018

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA


BUDI PRABOWO, S.Sos, MM
NIP.19621061988031001

TIM PENGUJI

1) Ketua


Dra. Sonja Andarini, M.Si.
NIP. 196503261993092001

2) Sekretaris


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

3) Anggota


BUDI PRABOWO, S.Sos, MM
NIP.19621061988031001

Mengetahui,


DEKAN

Dr. Lukman Arif, M.Si
NIP. 196411021994031001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran Mebel Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada PT. Romi Violeta Di Sidoarjo”**. Penulis mengucapkan terima kasih kepada bapak Budi Prabowo S.Sos, MM selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi kepada penulis. Penulis banyak mendapatkan dukungan dari berbagai pihak, baik dukungan moril, materil maupun spiritual. Penulis juga mengucapkan terima kasih 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 Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan ibu dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur atas ilmu yang sudah diberikan kepada penulis.
4. Orang tua dan keluarga yang tiada henti memberikan doa, semangat, dukungan, dan motivasi kepada penulis.
5. Karyawan PT Romi Violeta yang bersedia memberikan informasi kepada penulis.

6. Teman-teman Administrasi Bisnis 2014 yang selalu membantu penulis selama masa perkuliahan.

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

Sidoarjo, Mei 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Secara Teoritis	7
1.4.2 Secara Praktis	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	9

2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Pengertian Strategi	11
2.2.2 Perumusan Strategi	13
2.2.3 Pengertian Pemasaran	17
2.2.4 Konsep Pemasaran	19
2.2.5 Fungsi Pemasaran	21
2.2.6 Tujuan Pemasaran	24
2.2.7 Strategi Pemasaran	25
2.2.8 Manajemen Pemasaran	26
2.2.9 Unsur-unsur Strategi Pemasaran	28
2.2.10 Pendapatan	29
2.2.11 Penjualan	30
2.2.12 Bauran pemasaran	31
2.2.13 Analisis SWOT	33
2.2.14 Cara Membuat Analisis SWOT	35
2.3 Kerangka Berpikir	40
BAB III Metode Penelitian	42
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	42
3.2 Batasan Penelitian	44
3.3 Lokasi Penelitian	44
3.4 Populasi, Sample, dan Teknik Penarikan sample	44
3.4.1 Populasi	44

3.4.2 Sample dan Teknik Penarikan Sample	45
3.5 Obyek dan Informan Penelitian	46
3.5.1 Obyek Penelitian	46
3.5.2 Informan Penelitian	46
3.6 Teknik Pengumpulan Data	47
3.6.1 In Depth Interview	47
3.6.2 Participant Observation	48
3.7 Teknik Analisis Data	49
3.8 Analisis SWOT	49
3.8.1 Matrik IFAS (Internal Factor Analysis Summary)	50
3.8.2 Matrik EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)	53
3.8.3 Matrik SWOT	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	59
4.1.1 Profil Perusahaan	59
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	62
4.1.3 Logo Perusahaan	62
4.1.4 Struktur Organisasi.....	63
4.2 Hasil dan Pembahasan	65
4.2.1 Hasil	65
4.2.1.1 Penyajian Data	65
4.2.1.2 Identitas Informan	70
4.2.1.3 Strategi Pemasaran Perusahaan	71

4.2.1.4 Analisis SWOT	74
4.2.1.5 Tahap Analisis Faktor Internal dan Eksternal	79
4.2.1.6 Tahap Analisis SWOT	82
4.2.2 Pembahasan	85
4.2.2.1 Strategi Pemasaran.....	85
4.2.2.2 Formulasi Strategi.....	88
4.3 Perbandingan Hasil Penelitian Pada PT. Romi Violeta dengan Penelitian Terdahulu	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pendapatan PT. Romi Violeta pada tahun 2013-2017	5
Tabel 3.1 IFAS	52
Tabel 3.2 EFAS	55
Tabel 3.3 Matrik SWOT	58
Tabel 4.1 Data Informan	70
Tabel 4.2 Hasil IFAS	79
Tabel 4,3Hasil EFAS	80
Tabel 4.4Rumusan Strategi Matrik SWOT	83
Tabel 4.5 Perencanaan Kombinasi Strategi SWOT	83
Tabel 4.6 Rumusan Alternatif Strategi SWOT.....	84
Tabel 4.7 Perbandingan Hasil Penelitian Pada PT. Romi Violeta dengan Penelitian Terdahulu.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Diagram Analisis SWOT	38
Gambar 2.3 Kerangka Berfikir	40
Gambar 4.1 PT. RomiVioleta.....	61
Gambar 4.2 Logo Perusahaan.....	62
Gambar 4.3 Struktur Organisasi PT. Romi Violeta	63
Gambar 4.4 Produk Perusahaan.....	72
Gambar 4.5 Diagram Hasil Analisis SWOT	82

ABSTRAKSI

RENDY RAMADHANI, 1442010008, Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada PT. Romi Violeta Di Sidoarjo.

DOSEN PEMBIMBING : Budi Prabowo, S.Sos, MM

Penelitian ini berdasarkan pada berkembangnya usaha bisnis di bidang mebel yang ada di Kabupaten Sidoarjo. Peneliti menggunakan PT. Romi Violeta sebagai obyek penelitian. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan PT. Romi Violeta di Jl. Kesatrian, Buduran, Sidoarjo untuk meningkatkan pendapatan, dan bertujuan untuk memberikan masukan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. Romi.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif yang merupakan bagian dari analisis kualitatif dengan menggunakan teknik pengambilan data wawancara mendalam kepada pemilik, karyawan, dan konsumen yang membeli produk mebel di PT. Romi Violeta dan *participant observation*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis SWOT dengan menggunakan strategi pemasaran berdasarkan 4P yaitu *product, price, place, promotion* sebagai bahan dasar pertanyaan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa PT. Romi Violeta berada pada posisi kuadran I, yaitu merupakan situasi yang menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Startegy*).

Kata Kunci : PT. Romi Violeta, Analisis SWOT, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

RENDY RAMADHANI, 1442010008, Increase Revenue On Marketing Strategies PT. Romi Violeta In Sidoarjo.

DOSEN PEMBIMBING : Budi Prabowo, S.Sos, MM

This research is based on the development of a business venture in the field of furniture which is in the District of Sidoarjo. Researchers use PT. Romi Violeta as the object of research. The purpose of this study is to analyze and find out the marketing strategy done PT. Romi Violeta on JL. Kesatrian, Buduran, Sidoarjo to increase revenues, and aims to provide input in problem solving with regard to the marketing strategies used by PT. Romi.

The method used is descriptive research that is part of the qualitative analysis using data capture techniques in-depth interviews to owners, employees and consumers who buy products furniture in pt. Romi Violeta and participant observation. Analytical techniques used are the SWOT analysis by using a marketing strategy based on 4P IE product, price, place, promotion as the base material for questions analyzing the strengths, weaknesses, opportunities, and threats.

Research results can be concluded that PT. Romi Violeta position quadrant I, that is a profitable situation. The company has opportunities and power so that it can capitalize on the opportunities that exist. The strategy should be applied in this case is supportive of an aggressive growth policy (Growth Oriented Startegy).

Keywords: Pt. Romi Violeta, SWOT Analysis, Marketing Strategy