

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
TARGET PENJUALAN *HANDPHONE* PADA TOKO LASVEGAS
CABANG GRESIK**

SKRIPSI



OLEH:

TASYA FEBRIYANTI

NPM. 20042010019

**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 dalam Meningkatkan
Target Penjualan *Handphone* pada Toko Lasvegas
Cabang Gresik**


Disusun Oleh:

TASYA FEBRIYANTI
20042010019

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING


BUDI PRABOWO, S.Sos., M.M
NIP. 196210161988031001

Mengetahui,

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
TARGET PENJUALAN HANDPHONE PADA TOKO LASVEGAS
CABANG GRESIK

Disusun Oleh:

TASYA FEBRIYANTI
20042010019

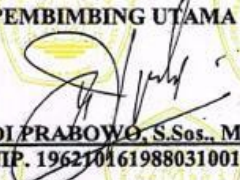
Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 22 Januari 2024


Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA


TIM PENGUJI

1. Ketua


BUDI PRABOWO, S.Sos., M.M
NIP. 196210161988031001


Dr. Drs. NURHADI, M.Si
NIP. 196902011994031001

2. Sekretaris


BUDI PRABOWO, S.Sos., M.M
NIP. 196210161988031001

3. Anggota


INDAH RESPATI KUSUMASARI, S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR


Dr. CATUR SURATNOAJI, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tasya Febriyanti

NPM : 20042010019

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi : Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Target Penjualan *Handphone* pada Toko Lasvegas Cabang Gresik

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 penulisan 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, 22 Januari 2024
Yang Membuat Pernyataan



Tasya Febriyanti
NPM. 20042010019

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan saya kesempatan dan kemudahan, sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi dengan judul **“Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Target Penjualan *Handphone* Pada Toko Lasvegas Cabang Gresik ”** dalam keadaan baik dan sesuai waktu yang ditentukan. Tidak lupa sholawat serta salam selalu dihaturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan petunjuk Allah SWT kepada semua umatnya di dunia dan akhirat nanti.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Budi Prabowo, S.Sos., M.M selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, masukan, nasihat serta motivasi dalam penyusunan proposal skripsi ini. Selain itu, penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya 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.M., M.A selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Kedua Orang Tua, Bapak Samsi dan Ibu Kasmianti serta keluarga besar yang banyak membantu dan memberikan dukungan baik moral, spiritual, material dan doa sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Support system David Fernanda yang selalu menemani dan telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini.
6. Teman-teman satu bimbingan yang telah membantu dan memberikan informasi, semangat dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini tepat waktu.
7. Seluruh teman-teman Program Studi Administrasi Bisnis Angkatan 2020 yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.

Dalam penyusunan proposal skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menjadi acuan agar bisa memperbaiki kesalahan dan kekurangan di masa yang akan datang. Penulis juga berharap semoga proposal skripsi ini dapat menambah pengetahuan bagi para pembaca dan menjadi acuan atau referensi untuk penelitian yang akan datang.

Surabaya, Januari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Strategi.....	13
2.2.2 Konsep Pemasaran	16
2.2.3 Strategi Pemasaran.....	18
2.2.4 Bauran Pemasaran.....	23
2.2.5 Analisis SWOT	26
2.2.6 Penjualan	33
2.3 Kerangka Berpikir	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Jenis Penelitian	40
3.2 Fokus Penelitian	41
3.3 Lokasi Penelitian	41
3.4 Subyek Penelitian	42
3.5 Obyek Penelitian dan Informan Penelitian.....	43
3.5.1 Obyek Penelitian.....	43
3.5.2 Informan Penelitian.....	43
3.6 Teknik Pengumpulan Data	44

3.6.1 Observasi	45
3.6.2 Wawancara	45
3.6.3 Dokumentasi	47
3.7 Teknik Analisis Data	48
3.8 Jenis dan Sumber Data	48
3.8.1 Jenis Data	48
3.8.2 Sumber Data	49
3.9 Analisis SWOT	49
3.9.1 Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)	53
3.9.2 Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)	55
3.9.3 Matriks SWOT	57
3.10 Jadwal Penelitian	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Pengumpulan Data	60
4.2 Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.2.1 Profil Perusahaan	60
4.2.2 Logo Perusahaan	62
4.2.3 Struktur Organisasi	62
4.3 Penyajian Data	64
4.3.1 Analisis SWOT	75
4.3.2 Tahap Analisis Faktor Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)	77
4.3.3 Diagram SWOT	81
4.3.4 Matriks Internal Eksternal	82
4.4 Pembahasan	84
4.4.1 Kendala yang dihadapi	87
4.4.2 Perbandingan Hasil Penelitian pada Toko Las Vegas Cabang Gresik dengan penelitian terdahulu	87
4.4.3 Matriks Alternatif Strategi SWOT	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT	28
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	38
Gambar 3.1 Diagram Analisis SWOT	51
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	62
Gambar 4.2 Struktur Perusahaan Toko Lasvegas	62
Gambar 3.3 Matriks SWOT	82
Gambar 4.4 Matriks IE.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Target Penjualan Toko Handphone Lasvegas Cabang Gresik pada bulan Agustus 2022 hingga Agustus 2023.....	8
Tabel 2.1 Matriks SWOT.....	31
Tabel 3.1 Matriks IFAS.....	55
Tabel 3.2 Matriks EFAS	56
Tabel 3.3 Matriks SWOT.....	57
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian.....	59
Tabel 4.1 Hasil IFAS.....	77
Tabel 4.2 Hasil EFAS	79
Tabel 4.3 Total Skor Faktor Internal & Eksternal.....	81
Tabel 4.4 Matriks Alternatif Strategi SWOT	91
Tabel 4.5 Perbandingan Hasil Penelitian dengan Penelitian Terdahulu	87

ABSTRAK

STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN TARGET PENJUALAN HANDPHONE PADA TOKO LASVEGAS CABANG GRESIK

Toko Lasvegas Cabang Gresik merupakan bisnis yang bergerak dalam bidang elektronik sebagai objek penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran dengan menggunakan bauran pemasaran dalam meningkatkan target penjualan pada Toko Lasvegas Cabang Gresik. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode analisis SWOT dan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dengan metode analisis SWOT pada Toko Lasvegas Cabang Gresik.

Berdasarkan penelitian ini didapatkan hasil IFAS dan EFAS yang menunjukkan kekuatan dengan skor 2,5625 dan kelemahan dengan skor sebesar 0,5. Sedangkan hasil EFAS menunjukan peluang dengan skor 1,8 dan ancaman dengan skor 1,06666667 . Berdasarkan diagram Analisis SWOT, Toko Lasvegas Cabang Gresik menunjukkan pada kuadran I 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 target penjualan pada Toko Lasvegas Cabang Gresik.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Deskriptif Kualitatif, Analisis SWOT, Matriks IE

ABSTRACT

MARKETING MIX STRATEGY IN INCREASING MOBILE PHONE SALES TARGET AT LASVEGAS STORE GRESIK BRANCH

Lasvegas Store Gresik Branch is a business that operates in the electronics sector as a research object. The purpose of this research is to determine marketing strategies using the marketing mix to increase sales targets at the Lasvegas Store, Gresik Branch. The research method used in this research is a qualitative descriptive method using the SWOT analysis method and data collection techniques through in-depth interviews, observation and documentation carried out by researchers in identifying strengths, weaknesses, opportunities and threats using the SWOT analysis method in the company. Lasvegas Gresik Branch Store. Based on this research, the IFAS and EFAS results were obtained which showed strengths with a score of 2.5625 and weaknesses with a score of 0.5. Meanwhile, the EFAS results show opportunities with a score of 1.8 and threats with a score of 1.06666667. Based on the SWOT Analysis diagram, the Lasvegas Store Gresik Branch shows that in quadrant I it uses an aggressive strategy, namely the company has opportunities and strengths so that it can take advantage of existing opportunities so that the strategy that can be implemented is to support aggressive growth policies (Growth Oriented Strategy) to increase sales targets at the Lasvegas Store Gresik Branch.

Keywords: *Marketing Strategy, Qualitative Descriptive, SWOT Analysis, IE Matrix*