

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*)  
DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA  
INDUSTRI KERUPUK UD. ADAM JAYA**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**CINTHYA LUTHFIATUL AISYAH**  
**NPM. 17042010097**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA  
2021**

## LEMBAR PENGESAHAN

### STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA INDUSTRI KERUPUK UD. ADAM JAYA

Disusun Oleh :  
**CINTHYA LUTHFIATUL AISYAH**  
NPM 17042010097

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Pengaji Skripsi  
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Sabtu, 1 Mei 2021

Menyetujui,

#### DOSEN PEMBIMBING



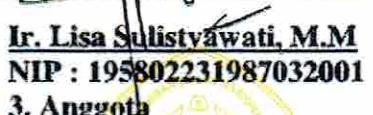
Dra. Lia Nirawati, M.Si  
NIP : 196009241993032001

#### TIM PENGUJI

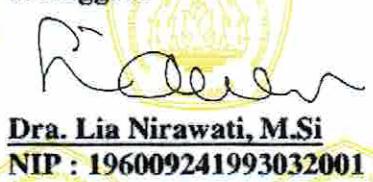
##### 1. Ketua

  
Dra. Sonja Andarini, M.Si  
NIP : 196503261993092001

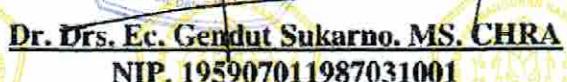
##### 2. Sekretaris

  
Ir. Lisa Sulistyawati, M.M  
NIP : 195802231987032001

##### 3. Anggota

  
Dra. Lia Nirawati, M.Si  
NIP : 196009241993032001

Mengetahui,  
**DEKAN**

  
Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA  
NIP. 195907011987031001

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME  
PENJUALAN PADA INDUSTRI KERUPUK UD. ADAM JAYA**

**Disusun Oleh:**

**CINTHYA LUTHEFIATUL AISYAH**

**NPM. 17042010097**

**Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi:**

**Menyetujui,**

**PEMBIMBING**

**Dra. Lia Nirawati, M.Si**

**NIP : 196009241993032001**

**Mengetahui,**

**DEKAN**

**Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik**

**Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA**

**NIP : 19590701198703100**

## **ABSTRAK**

### **CINTHYA LUTHFIATUL AISYAH, 17042010097, ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA INDUSTRI KERUPUK UD. ADAM JAYA**

Strategi bauran pemasaran merupakan suatu strategi dalam memasarkan produk yang digunakan pelaku usaha agar mampu bersaing di dunia bisnis yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi bauran pemasaran UD. Adam Jaya untuk meningkatkan volume penjualan.

Penelitian yang menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif ini dilakukan di industri kerupuk UD. Adam Jaya Sidoarjo dengan sampel 4 karyawan, pemilik dan 5 konsumen yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi partisipan, wawancara dan dokumentasi. Untuk kemudian data dianalisis menggunakan SWOT dengan matrik IFAS dan EFAS.

Hasil matrik IFAS menunjukkan bahwa skor faktor kekuatan UD. Adam Jaya adalah sebesar 1,82 dan kelemahan sebesar 1,08, sedangkan hasil matrik EFAS menunjukkan bahwa skor faktor peluang adalah sebesar 1,53 dan skor ancaman sebesar 1,47. UD. Adam Jaya berada dalam kuadran I dan strategi yang dapat dilakukan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Hasil analisa SWOT menunjukkan skor strategi SO sebesar 3,35; strategi ST sebesar 3,29; strategi WO sebesar 2,61 dan strategi WT sebesar 2,55. Dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran UD. Adam Jaya adalah menggunakan indikator 4P (*Product, Price, Promotion* dan *Place*) dan strategi SO (Kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada) merupakan strategi yang cenderung digunakan karena memiliki nilai paling tinggi.

**Kata Kunci:** Bauran Pemasaran, SWOT, Volume Penjualan

## ***ABSTRACT***

***CINTHYA LUTHFIATUL AISYAH, 17042010097, ANALYSIS OF MARKETING STRATEGY IN INCREASING SALES VOLUME ON CRACKERS INDUSTRY UD. ADAM JAYA***

*The marketing mix strategy is a strategy in marketing the products used by business actors to be able to compete in an increasingly tight business world. This research aims to determine and analyze the marketing mix strategy (marketing mix) of UD. Adam Jaya to increase sales volume.*

*This research that using descriptive method with a quantitative approach was conducted at the cracker industry UD. Adam Jaya Sidoarjo with sample of 4 employees, owner and 5 consumers who were selected using purposive sampling technique. The data was collected using participant observation, interview and documentation. And then the data were analyzed using SWOT with IFAS and EFAS matrices.*

*The results of the IFAS matrix show that the strength factor score of UD. Adam Jaya is 1,82 and weakness is 1,08, while the results of the EFAS matrix show that the opportunity factor score is 1,53 and threat score is 1,47. UD. Adam Jaya is in quadrant I and the strategy that can be done is to support an aggressive growth policy (growth oriented strategy). The results of the SWOT analysis show that the SO strategy score is 3,35; ST strategy is 3,29; WO strategy is 2,61 and WT strategy is 2,55. Can be concluded that the marketing strategy of UD. Adam Jaya is using 4P indicators (Product, Price, Promotion and Place) and the SO strategy (the power to take advantage of existing opportunities) is a strategy that tends to be used because it has the highest value.*

***Keywords:*** Marketing Mix, SWOT, Sales Volume

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini tepat pada waktunya. Sebagai awal pembelajaran dan untuk menambah spririt dalam mencari pengetahuan yang luas di lapangan, bukan sebuah kesalahan jika kami mengucapkan kata syukur. Walaupun hasilnya masih jauh dari yang diharapkan pembimbing. Penyusunan skripsi dilaksanakan untuk memenuhi tugas akhir dan tidak terlepas dari ibu **Dra. Lia Nirawati, M.Si**, selaku dosen pembimbing yang dengan perhatian dan kesabaran meluangkan waktu untuk membantu peneliti dengan memberikan arahan yang baik.

Penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa di dalam skripsi ini terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi, diantaranya :

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS., CHRA Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si., selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Ibu Dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Seluruh karyawan UD. Adam Jaya yang berkenan memberikan waktu sebagai informan di lapangan.
5. Paling bangga kepada Orang tua dan Keluarga yang telah memberi kesempatan dan dukungan hingga penulis mendapatkan gelar Sarjana.
6. Rekan – rekan Administrasi Bisnis dan sahabat saya yang telah memberi semangat dan waktunya untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada Muhammad Adam Syafrizal Faiz yang telah membantu saya untuk mendapatkan data yang valid.

Tanpa bimbingan dari beliau mungkin penulis tidak akan dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik. Hal ini disebabkan terbatasnya kemampuan, pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu perlu adanya kritik dan saran dari pihak pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Surabaya, April 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	10
1.3    Tujuan Penelitian.....	10
1.4    Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1    Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori .....	17
2.2.1 Bisnis .....	17
2.2.2 Definisi strategi.....	17
2.2.3 Manajemen Strategi .....	18
2.2.4 Pemasaran .....	19
2.2.5 Definisi Penjualan.....	32
2.2.6 Analisis <i>SWOT</i> .....	33
2.2.7 Analisis Faktor (IFAS-EFAS) .....	37
2.3 Kerangka Berpikir .....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	41

3.1	Jenis Penelitian .....	41
3.2	Batasan Masalah Penelitian .....	42
3.3	Lokasi Penelitian .....	42
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel .....	43
3.4.1	Populasi.....	43
3.4.2	Sampel .....	43
3.4.3	Teknik Sampling.....	44
3.5	Obyek dan Informan Penelitian.....	45
3.5.1	Obyek Penelitian.....	45
3.5.2	Informan Penelitian.....	45
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.6.1	Jenis Data.....	46
3.6.2	<i>In-dept Interview</i> (Wawancara Mendalam) .....	47
3.6.3	Observasi .....	48
3.6.4	Dokumentasi .....	49
3.6.5	Kuesioner .....	49
3.6.6	Teknik Uji Instrumen.....	49
3.7	Teknik Analisis Data .....	52
3.8	Analisis <i>SWOT</i> .....	53
3.8.1	Matrik IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Summary</i> ).....	53
3.8.2	Matrik EFAS ( <i>External Factor Analysis Summary</i> ).....	56
3.8.3	Perhitungan Matriks Ifas dan Efes.....	57
3.9	Matrik <i>SWOT</i> .....	58
	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	61
4.1.1	Sejarah Perusahaan UD. Adam Jaya.....	61

4.2 Hasil Penelitian.....	63
4.2.1 Penyajian Data .....	63
4.2.2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	73
4.2.3 Analisis SWOT .....	75
4.3 Pembahasan .....	91
4.3.1 Strategi Pemasaran.....	91
4.3.2 Formulasi Strategi.....	93
4.3.3 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu .....	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	108
5.1 Kesimpulan.....	108
5.2 Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA .....	111
LAMPIRAN .....	113

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1	Data Penjualan Tahun 2017 – 2019 .....	6
Tabel 3.1	Tabel Matrik IFAS .....	55
Tabel 3.2	Tabel Matrik EFAS .....	57
Tabel 3.3	Matrik SWOT .....	59
Tabel 3.4	Tabel Waktu Penelitian .....	60
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas .....	73
Tabel 4.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	75
Tabel 4.3	Hasil IFAS (Internal Factor Analysis Summary) .....	78
Tabel 4.4	Hasil EFAS (External Factor Analysis Summary) .....	82
Tabel 4.5	Rumusan Strategi Matrik SWOT / TOWS .....	87
Tabel 4.6	Perencanaan Kombinasi Matrik SWOT / TOWS .....	87
Tabel 4.7	Matrik SWOT / TOWS .....	88
Tabel 4.8	Perbandingan Hasil Penelitian Industri Kerupuk - UD. Adam Jaya dengan Penelitian Terhadulu .....	97

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Diagram Analisis <i>SWOT</i> .....	36
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir .....	39
Gambar 4.1 Hasil Diagram SWOT .....	86