

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN USAHA KUE CHUSNUL BAKERY
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI JALAN KEDUNG ASEM
SURABAYA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

NOVITA NUR FITRIA DEWI

NPM.17042010034

**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 USAHA KUE CHUSNUL BAKERY
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI JALAN KEDUNG ASEM
SURABAYA

Disusun Oleh :

NOVITA NUR FITRIA DEWI
NPM. 17042010034

Telah Dipertahankan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur Pada Tanggal 01 Mei 2021
Menyetujui,

Pembimbing



Dra Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

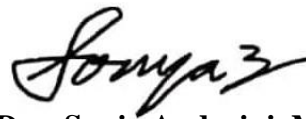
Tim Penguji

1. Ketua



IR. Lisa Sulistyawati, MM
NIP. 195802231987032001

2. Sekertaris



Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503219930920001

3. Anggota



Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



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

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : **“Strategi Bauran Pemasaran Usaha Kue Chusnul Bakery Dalam Meningkatkan Penjualan di jalan Kedung Asem Surabaya”**

Nama Mahasiswa : Novita Nur Fitria Dewi

NPM : 17042010034

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

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

ABSTRAKSI
STRATEGI BAURAN PEMASARAN USAHA KUE CHUSNUL BAKERY
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI JALAN KEDUNG ASEM
SURABAYA

Penelitian ini dilakukan pada Chusnul Bakery di Jalan Kedung Asem Surabaya yang merupakan usaha di bidang makanan yaitu bakery dan memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui dan menganalisis Strategi Bauran Pemasaran yang diterapkan oleh Chusnul Bakery.

Sampel pada penelitian ini adalah pemilik usaha, karyawan dan konsumen Chusnul Bakery. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik pengambilan data observasi dan wawancara mendalam. Sedangkan teknik analisis menggunakan analisis SWOT.

Dari penelitian ini didapatkan hasil IFAS yang menunjukkan kekuatan sebesar dan kelemahan sebesar. Sedangkan pada hasil EFAS menunjukkan peluang sebesar dan ancaman sebesar. Hasil pilihan strategis adalah strategi SO yang pada diagram SWOT terletak pada kuadran I yang berarti bahwa Chusnul Bakery memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada dan hal tersebut berada di jalur yang tepat dengan terus melakukan usaha strategi pengembangan yang dapat meningkatkan volume penjualan. Strategi yang harus digunakan pada kondisi tersebut yaitu mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Matriks EFAS, Matriks IFAS

ABSTRACTION

STRATEGI BAURAN PEMASARAN USAHA KUE “CHUSNUL BAKERY” DI JALAN KEDUNG ASEM SURABAYA

This research was conducted at Chusnul Bakery on Jalan Kedung Asem Surabaya which is a business in the field of food, namely bakery and has the aim of knowing and analyzing the Marketing Strategy applied by Chusnul Bakery.

The samples in this study are business owners, employees and consumers of Chusnul Bakery. The research method used is descriptive qualitative using observation data collection techniques and in-depth interviews. While the analysis technique uses a SWOT analysis.

From this research, the IFAS results showed the strengths and weaknesses of. Meanwhile, the EFAS results show an opportunity as large as and a threat of. The result of strategic choice is the SO strategy which in the SWOT diagram is located in quadrant I, which means that Chusnul Bakery has opportunities and strengths so that it can take advantage of existing opportunities and it is on the right track by continuing to do business development strategies that can increase sales volume. The strategy that must be used in these conditions is to support an aggressive growth policy (growth oriented strategy).

Keywords : Marketing Strategy, SWOT Analysis, EFAS Matrix, IFAS Matrix

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan hidayah-NYA penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan tepat pada waktunya.

Penelitian ini berjudul **“Strategi Bauran Pemasaran Usaha Kue Chusnul Bakery Dalam Meningkatkan Penjualan di jalan Kedung Asem Surabaya”**.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi penelitian ini tidak akan berjalan lancar dan berwujud baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada Ibu Dra. Lia Nirawati, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan masukan dan bimbingannya, sehingga terselesaikannya penelitian skripsi ini.

Pada kesempatan kali ini penulis juga menyampaikan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis sehingga penelitian skripsi ini dapat terselesaikan, diantaranya :

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Koordinator Program Studi Ilmu administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak/Ibu dosen pengajar Program Ilmu Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur
4. Kedua Orang Tua penulis yang telah merawat dan membimbing penulis dari kecil hingga sekarang.

Selain itu penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih kurang dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kebaikan di masa yang akan datang. Akhir kata doa dan harapan semoga ilmu yang didapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Mei 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	01
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN.....	02
ABSTRAKSI.....	03
KATA PENGANTAR.....	04
DAFTAR ISI.....	05
DAFTAR TABEL.....	06
DAFTAR GAMBAR.....	07
BAB I PENDAHULUAN.....	02
1.1 Latar Belakang.....	07
1.2 Perumusan Masalah.....	07
1.3 Tujuan Penelitian.....	07
1.4 Manfaat Penelitian.....	07
1.4.1 Secara Praktis.....	07
1.4.2 Secara Teoritis.....	07
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	08
2.1 Penelitian Terdahulu.....	08
2.2 Landasan Teori.....	09
2.2.1 Strategi.....	09
2.2.1.1 Pengertian Strategi.....	09
2.2.1.2 Manajemen Strategi.....	10
2.2.2 Pemasaran.....	11
2.2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	11
2.2.2.2 Manajemen Pemasaran.....	12
2.2.2.3 Konsep Pemasaran.....	13
2.2.2.4 Tujuan Pemasaran.....	15
2.2.3 Strategi Pemasaran.....	15
2.2.4 Bauran Pemasaran.....	16
2.2.5 Analisis SWOT.....	16
2.2.6 UMKM.....	21
2.2.6.1 Usaha Mikro.....	23
2.2.6.2 Usaha Kecil.....	23
2.2.6.3 Usaha Menengah.....	24
2.3 Kerangka Berfikir.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Batasan Masalah Penelitian.....	29
3.3 Lokasi Penelitian.....	30
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	30
3.4.1 Populasi.....	30
3.4.2 Sampel.....	31
3.4.3 Teknik Penarikan Sampel.....	32

3.5 Objek dan Informan Penelitian.....	32
3.6 Sumber Data.....	33
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.7.1 Observasi.....	33
3.7.2 Wawancara.....	34
3.7.3 Dokumentasi.....	34
3.7.4 Triangulasi.....	35
3.8 Jenis Data.....	36
3.8.1 Teknik Analisis Data Kualitatif.....	36
3.9 Analisis SWOT.....	36
3.9.1 Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	38
3.9.2 Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS).....	40
3.9.3 Matriks SWOT.....	42
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Hasil.....	45
4.1.1 Profil Perusahaan.....	45
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	46
4.1.3 Logo Perusahaan.....	47
4.1.4 Struktur Perusahaan.....	47
4.2 Analisis dan Pembahasan.....	48
4.2.1 Penyajian Data.....	48
4.2.2 Identitas Informan.....	61
4.2.3 Analisis Strategi Pemasaran.....	62
4.2.4 Analisis SWOT.....	63
4.2.4.1 Analisis Lingkungan Internal.....	63
4.2.4.2 Analisis Lingkungan Eksternal.....	64
4.2.4.3 Matriks IFAS.....	67
4.2.4.4 Matriks EFAS.....	69
4.2.4.5 Diagram Analisis SWOT.....	70
4.2.4.6 Matriks SWOT.....	73
4.2.5 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu.....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN.....	86

DAFTAR TABEL

1.1 Data Penghasilan Chusnul Bakery	05
1.2 Matrik EFAS	37
1.3 Matrik IFAS	39
1.4 Matrik SWOT	40
4.1 Analisis SWOT.....	66
4.2 Matriks SWOT.....	79

DAFTAR GAMBAR

2.1 Komponen Bauran Pemasaran	16
2.2 Kerangka Berfikir	25
3.3 Analisis SWOT	34
4.1 Lokasi Tampak Luar	46
4.2 Logo Perusahaan	47
4.3 Struktur Perusahaan	47
4.4 Diagram Analisis SWOT	71