

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PADA KEDAI SEBLAK MINGUNS**

(Studi Kasus di Kabupaten Tuban, Jawa Timur)

SKRIPSI



Oleh:

ADELIA YOVITA NUR OKTAVIA

NPM. 17042010120

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 Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Kedai
Seblak Minguns**

(Studi Kasus Di Tuban, Jawa Timur)

Disusun oleh :

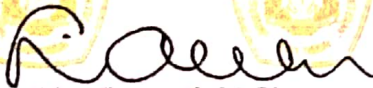
ADELIA YOVITA NUR OKTAVIA

NPM : 17042010120

**Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan
Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 29 Mei 2021**

Menyetujui,

PEMBIMBING

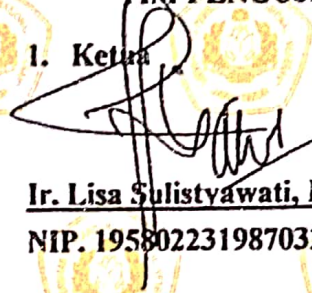


Dra. Lia Nirawati, M.Si

NIP. 196009241993032001

TIM PENGUJI

1. Ketua



Ir. Lisa Sulistyawati, MM

NIP. 195802231987032001

2. Sekretaris



Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos, M.Si

NIP. 370119500421

3. Anggota



Dra. Lia Nirawati, M.Si

NIP. 196009241993032001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



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

NIP. 19590701198703100

LEMBAR PERSETUJUAN
STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PADA KEDAI SEBLAK MINGUNS
(Studi Kasus di Kabupaten Tuban, Jawa Timur)

Disusun oleh


Adelia Yovita Nur Oktavia

17042010120

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama


Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA
NIP. 030223072

Mengetahui,

DEKAN



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA
NIP. 19590701198703001

LEMBAR PENGESAHAN

**Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Kedai
Seblak Minguns**

(Studi Kasus Di Tuban, Jawa Timur)

Disusun oleh :

ADELIA YOVITA NUR OKTAVIA

NPM : 17042010120

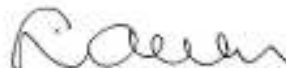
Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan

Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Tanggal 29 Mei 2021

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dra. Lia Nirawati, M.Si

NIP. 196009241993032001

TIM PENGUJI

1. Ketua



Ir. Lisa Sulistyawati, MM

NIP. 195802231987032001

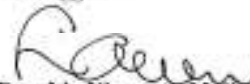
2. Sekretaris



Dr. Jojok Dwiridocahjono, S.Sos, M.Si

NIP. 370119500421

3. Anggota



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 DALAM MENINGKATAN
VOLUME PENJUALAN PADA KEDAI SEBLAK MINGUNS
(Studi Kasus di Tuban, Jawa Timur)

Adelia Yovita Nur Oktavia

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Adeliayovita21@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang diterapkan oleh Kedai Seblak Minguns dalam meningkatkan volumen penjualannya. Metode penentuan sampel dilakukan secara purposive dengan menganalisis strategi bauran pemasaran 7P (product, price, place, promotion, people, *Physical Evidence*, *process*) yang telah diterapkan.

Penelitian ini selain dianalisis menggunakan deskriptif dengan pendekatan kualitatif juga menggunakan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi seberapa besar kekuatan dan kelemahan yang dimiliki lingkungan internal perusahaan maupun peluang dan ancaman di lingkungan eksternal perusahaan. Dengan analisis SWOT akan dapat menghasilkan adanya beberapa alternatif strategi dalam pengambilan keputusan yang baik untuk dijalankan.

Hasil penelitian ini menunjukkan kedai seblak Minguns memiliki kekuatan (*Strength*) internal sebesar 1,86, kelemahan (*Weakness*) 0,96, peluang (*Opportunity*) 1,38, dan ancaman (*Threat*) 1,47. Maka dalam diagram analisis SWOT kedai seblak Minguns berada pada posisi kuadran 2 (dua) yang mendukung strategi diversifikasi dengan mengoptimalkan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang dimiliki konsumen.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Volume Penjualan, Analisis SWOT

ABSTRACTION
MARKETING MIX STRATEGY TO INCREASE SALES VOLUME
AT SEBLAK MINGUNS STORE
(Case Study in Tuban, East Java)

Adelia Yovita Nur Oktavia

Business Administration Study Program, Faculty of Social and Political
Sciences

East Java “Veteran” National Development University

Adeliayovita21@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine what marketing strategy is applied by Kedai Seblak Minguns in increasing its sales volume. The method of determining the sample is done purposively by analyzing the 7P marketing mix strategy (product, price, place, promotion, people, Physical Evidence, process) that has been applied.

In addition to being analyzed using a descriptive qualitative approach, this research also uses a SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) analysis. SWOT analysis is used to evaluate the strengths and weaknesses of the company's internal environment as well as the opportunities and threats in the company's external environment. With SWOT analysis will be able to produce several alternative strategies in making good decisions to run.

The results of this study indicate that the Seblak Minguns shop has an internal strength (Strength) of 1.86, a weakness (Weakness) of 0.96, an opportunity (Opportunity) of 1.38, and a threat (Threat) of 1.47. So in the SWOT analysis diagram, the Seblak Minguns shop is in quadrant 2 (two) position which supports the diversification strategy by optimizing the strengths to overcome the threats that consumers have.

Keywords: Marketing Mix, Sales Volume, SWOT Analysis

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia serta rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan Judul : “Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Kedai Seblak Minguns”

Penyusunan penelitian skripsi oleh penulis merupakan salah satu persyaratan akademis dalam rangka memenuhi tugas akhir. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian skripsi, tidak akan berjalan lancar dan berwujud baik tanpa adanya dukungan dan tantangan. Serta penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dra. Lia Nirawati, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membantu dalam penyusunan penelitian skripsi ini dengan segala arahan dan kesabarannya. Terima kasih tak terhingga penulis sampaikan untuk beliau.

Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi. Yang Terhormat:

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ningfarida, M.Si. selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Seluruh dosen pengajar Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Kedua Orang Tua serta Keluarga yang selalu mendoakan, memberikan semangat, motivasi serta mendukung secara materil maupun non materil dari awal sampai akhir penyusunan proposal skripsi ini.
5. Achmad Zainul Ma’arif yang turut membantu dan memberi dukungan dalam penyusunan proposal ini.
6. Serta seluruh teman serta sahabat yang ikut berpartisipasi dalam penyusunan proposal.

Penulis menyadari dalam penelitian skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Hal ini disebabkan terbatasnya kemampuan, pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu, perlu adanya kritik dan saran serta masukan yang membangun dari pihak pembaca. Semoga penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Surabaya, April 2021

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
ABSTRAKSI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Strategi	12
2.2.2 Pemasaran	16
2.2.3 Strategi Pemasaran.....	18
2.2.4 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	24
2.2.5 Segmentasi, <i>Targetting</i> , <i>Positioning</i>	27
2.2.6 Volume Penjualan.....	29
2.3 Kerangka Berpikir	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Jenis Penelitian	35
3.2 Definisi Operasional Variabel	35
3.3 Lokasi Penelitian	39
3.4 Populasi dan Sampel.....	39
3.5 Informan Dan Teknik Penarikan Informan	39

3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.7 Teknik Analisa Data	45
3.7.1 Analisis SWOT	45
3.7.2 Diagram SWOT	48
3.7.3 Matriks SWOT.....	50
3.7.4 Matriks IFE Dan Matriks EFE.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	51
4.1.1 Visi Dan Misi Perusahaan.....	52
4.1.1.1 Visi Perusahaan.....	52
4.1.1.2 Misi Perusahaan.....	52
4.1.1.3 Logo Perusahaan.....	53
4.1.2 Struktur Organisasi.....	53
4.2 Hasil Dan Pembahasan.....	54
4.2.1 Penyajian Data.....	54
4.3 Analisis SWOT.....	70
4.3.1 Analisis IFAS Dan EFAS.....	73
4.3.2 Analisis Diagram SWOT.....	77
4.4 Perbandingan Hasil Penelitian Dengan Penelitian Terdahulu.....	81
BAB V PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pilihan Menu Seblak Pada Kedai Seblak Minguns.....	3
Tabel 1.2 Pilihan Menu Topping Pada Kedai Seblak Minguns	4
Tabel 1.3 Data Volume Penjualan Produk.....	5
Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional Variabel.....	36
Tabel 3.2 Matriks SWOT IFAS EFAS	44
Tabel 4.1 Informan Kedai Seblak Minguns.....	70
Tabel 4.2 Tabel Hasil IFAS.....	73
Tabel 4.3 Tabel Hasil EFAS.....	75
Tabel 4.4 Rumusan Strategi Matriks SWOT.....	78
Tabel 4.5 Perencanaan Kombinasi Strategi SWOT.....	78
Tabel 4.6 Hasil Analisis Matriks SWOT.....	79
Tabel 4.7 Perbandingan Hasil Penelitian Terdahulu.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	32
Gambar 3.1 Diagram SWOT.....	42
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kedai Seblak Minguns.....	53
Gambar 4.2 Hasil Diagram SWOT Kedai Seblak Minguns.....	77