

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DI TOKO BUAH
“HOKKY” PANGLIMA SUDIRMAN KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Program Studi Agribisnis



Diajukan Oleh :

ALIFAH AMALI PUTRI FAJRIN

NPM : 1524010109

Kepada

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
“VETERAN” JAWA TIMUR
SURABAYA**

2021

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TOKO BUAH "HOKKY"
PANGLIMA SUDIRMAN KOTA SURABAYA**


Disusun oleh :

ALIFAH AMALI PUTRI FAJRI
NPM : 1524010109


Telah Diuji dan Diterima
Program Studi Agribisnis fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal Juli 2021

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I


Ir. Setwo Rarsudi, MP
NIP. 19570531 198503 1001

Dosen Pembimbing II



Ir. Sigit Dwi Nugroho
NIP. 19590628 198803 1003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian


Dr. Ir. RA Nofa Augustien K, MP
NIP 19590824 198703 2001

Koordinator
Program Studi Agribisnis


Ir. Sri Widayanti, MP
NIP 19620106 199003 2001

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TOKO BUAH "HOKKY"

PANGLIMA SUDIRMAN KOTA SURABAYA

Disusun oleh :

ALIFAH AMALI PUTRI FAJRIN

NPM : 1524010109


Telah direvisi pada tanggal

Juli 2021


Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Ir. Setyo Parsudi, MP

NIP. 19570531 198503 1001


Ir. Sigit Dwi Nugroho

NIP. 19590628 198803 1003

Alifah Amali Putri Fajrin¹, Setyo Parsudi² dan Sigit Dwi Nugroho³
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Jalan Raya Rungkut Madya, Gunung Anyar, Rungkut, Surabaya
alifahamali04@gmail.com

ABSTRAK

Toko Buah “Hokky” Panglima Sudirman mengalami penurunan penjualan yang diduga berasal dari program pemasaran yang kurang tepat. Analisis strategi menggunakan matriks IFE-EFE dan analisis SWOT dan QSPM. Data diperoleh melalui wawancara dengan kuesioner tertutup maupun terbuka kepada 4 orang informan kunci. Matriks IFE-EFE memetakan kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman. Berdasarkan matriks SWOT, dipilih alternatif strategi terbaik dengan menggunakan matriks QSPM. Prioritas strategi pemasaran yang dapat diterapkan dalam matriks IE adalah integrasi ke depan yaitu menjaga mutu dan kualitas barang untuk mempertahankan loyalitas konsumen, integrasi ke belakang yaitu mempertahankan kerjasama *joint venture* dengan perusahaan *Hessing*, integrasi horizontal yaitu memperluas kerjasama melalui pola kemitraan dengan para petani lokal bahan baku buah-buahan, penetrasi pasar yaitu meningkatkan upaya-upaya pemasaran dan promosi seperti memperbaharui informasi yang ada di website, peningkatan pengeluaran untuk iklan, dan tampilan fisik produk dan pengembangan pasar yaitu pengenalan produk yang ada saat ini ke wilayah geografis yang baru di Surabaya dan sekitarnya. Prioritas strategi pemasaran dari QSPM yaitu meningkatkan promosi (7.57), menjaga kerjasama dengan supplier (7.36), pemanfaatan teknologi (5.94), menjaga kualitas produk (5.78) dan menjaga kontinuitas produk (5.73).

Kata Kunci : Strategi Marketing, Toko Buah “Hokky”, matriks IFE-EFE, QSPM

MARKETING STRATEGY ANALYSIS OF “HOKKY” FRUIT STORE

PANGLIMA SUDIRMAN SURABAYA

Alifah Amali Putri Fajrin¹, Setyo Parsudi² dan Sigit Dwi Nugroho³

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Jalan Raya Rungkut Madya, Gunung Anyar, Rungkut, Surabaya

alifahamali04@gmail.com

ABSTRACT

The Fruit Store “Hokky” Panglima Sudirman decreased stock sales was happen to be a result of inappropriate marketing strategy, therefore, the research of marketing strategy was conducted to create an effective marketing strategy. Analysis tools used were IFE-EFE Matrix, SWOT Analysis, and QSPM. Data was gathered from 4 key informants persons through interview to fill an open and closed questions questionnaire. The result of alternative strategy based on IE matrix mapping were, forward integration is maintain the quality and quality of goods to maintain consumer loyalty, backward integration is maintain joint venture cooperation with hessing company, horizontal is integration is expanding cooperation through partnerships with local farmers for fruit raw materials, market penetration is increase marketing and promotion efforts such as updating information on the website, increasing spending on advertising and product physical appearance and market development is introducing existing products to new geographic areas in Surabaya and its surroundings. The most important strategy based on QSPM are : increase promotion (7.57), maintain cooperation with suppliers (7.36), utilization of technology (5.94), maintain product quality (5.78) and maintain product continuity (5.73).

Keyword : Marketing strategy, The Fruit Store “Hokky”, IFE-EFE Matrix, QSPM

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-undang No. 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan
Pendidiknas No. 17 Tahun 2010 Pasal 1 Ayat 1 Tentang Plagiarisme.

Maka saya sebagai penulis Skripsi dengan judul "ANALISIS STRATEGI
PEMASARAN DI TOKO BUAH "HOKKY" PANGLIMA SUDIRMAN KOTA
SURABAYA" menyatakan bahwa Skripsi tersebut bebas dari plagiarisme.
Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan sanggup
mempertanggung jawabkan sesuai dengan hukum dan perundangan yang berlaku.

Surabaya, Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Alifah Amali Putri Fairin
NPM 1524010109

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Toko Buah “Hokky” Kedungsari Kota Surabaya”**. Laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 di Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan laporan skripsi ini terlebih pada dosen pembimbing utama yaitu Ir. Setyo Parsudi, MP dan dosen pendamping Ir. Sigit Dwi Nugroho yang telah memberikan bimbingan dan arahnya.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Ir. Nora Augustien K, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ir. Sri Widayanti, MP selaku koordinator Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Seluruh Dosen Program Studi Agribisnis dan Dosen Fakultas Pertanian yang telah memberikan ilmu, bimbingan, saran, dan kritik yang membangun kepada penulis.
4. Seluruh keluarga besar terutama kedua orang tua penulis yang banyak memberikan do“a, semangat dan motivasi.
5. Semua teman-teman satu perjuangan Jurusan Agribisnis angkatan 2015, terutama Ramadhana Adiputri, Ismi Pudji, Erdikasani Fauziah, Meviana, Sinta Arifiana, Dwi Retno, Ulum, Bayu Prasetyo, Windha Lestari, Widhi, Nyahni dan Ria. Serta teman-teman lainnya yang telah mendukung dan memberikan banyak motivasi

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak guna kesempurnaan dan perbaikan, sehingga akhirnya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan di lapangan serta dapat dikembangkan lagi lebih lanjut.

Surabaya, 26 Juli 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN Sampul	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Kegunaan penelitian	4
BAB II.....	6
2.1. Landasan Teori	6
2.1.1. Buah-Buahan	6
2.1.2. Teori Pemasaran	7
2.1.3. Bauran Pemasaran	13
2.1.4. Strategi Pemasaran	18
2.1.5. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal	22
2.1.6. Analisis SWOT.....	29
2.1.7. Matriks QSPM.....	34
2.2. Penelitian Terdahulu.....	36
2.3. Kerangka Penelitian.....	42
BAB III.....	43
3.1. Metode Penentuan Lokasi Penelitian	43
3.2. Metode Penentuan Sampel	43
3.3. Metode Pengumpulan Data	44
3.4. Metode Pengolahan dan Analisi Data	45
3.5. Definisi Pengukuran Variabel	52
	v
BAB IV	57
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	57

4.1.1. Sejarah Perusahaan	57
4.1.2. Visi Dan Misi Perusahaan	58
4.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan.....	59
4.1.4. Proses Bisnis.....	62
4.1.5. Model Bisnis.....	63
4.2. Bauran Pemasaran	63
4.2.1. Produk (<i>Product</i>)	63
4.2.2. Promosi (<i>Promotion</i>)	68
4.2.3. Harga (<i>Price</i>)	69
4.2.4. Tempat/Distribusi (<i>Place</i>)	74
4.3. Analisis Internal pada Fungsi Manajemen	75
4.3.1. Perencanaan	76
4.3.2. Pengorganisasian	Error! Bookmark not defined.
4.3.3. Pengarahan	Error! Bookmark not defined.
4.3.4. Pengendalian.....	79
4.4. Analisis Internal pada Fungsi Bisnis Toko Buah Hokky Panglima Sudirman.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.1. Proses Operasional (<i>Operational Process</i>)	80
4.4.2. Pemasaran (<i>Marketing</i>)	82
4.4.3. Keuangan (<i>Financing</i>).....	85
4.4.4. Sumber Daya Manusia.....	86
4.5. Analisis Eksternal Toko Buah Hokky Panglima Sudirman.....	87
4.5.1. Potensi Masuknya Pesaing Baru.....	87
4.5.2. Persaingan Antar Perusahaan Saingan	88
4.5.3. Potensi Pengembangan Produk Pengganti	89
4.5.4. Daya Tawar Pemasok	90
4.5.5. Daya Tawar Konsumen	91
4.6. Strategi Pemasaran Toko Buah Hokky Panglima Sudirman	92
4.6.1. Analisis SWOT.....	92
4.6.2. Analisis IFE dan EFE	96
4.6.3. Tahap Pencocokan (<i>Matching Stage</i>)	101
4.6.4. Tahap Keputusan QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>)	108
BAB V.....	112
5.1. Kesimpulan.....	112

5.2. Saran	113
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN	116

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1.Konsumsi Buah dan Sayur (kg/kap/tahun) di Provinsi Jawa Timur	2
Tabel 2. 1.Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (QSPM).....	36
Tabel 2. 2.Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3. 1.Analisis Matrik IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>).....	46
Tabel 3. 2.Analisis Matrik EFE (<i>External Factor Evaluation</i>).....	48
Tabel 4. 1.Kategori Variasi Produk Pada Toko Buah Hokky Panglima Sudirman Kota Surabaya.....	64
Tabel 4. 2.Harga Buah-Buahan Toko Buah Hokky Panglima Sudirman Kota Surabaya.....	70
Tabel 4. 3.Harga Sayur-Sayuran Toko Buah Hokky Panglima Sudirman Kota Surabaya	72
Tabel 4. 4.Analisis Matriks IFE	96
Tabel 4. 5.Analisis Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>)	99
Tabel 4. 6.Alternatif Strategi Matriks IE	104
Tabel 4. 7.Matriks SWOT Toko Buah Hokky Panglima Sudirman Kota Surabaya	107
Tabel 4. 8.Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif QSPM	109
Tabel 4. 9.Urutan Strategi Hasil Analisis Matrik QSPM Toko Buah Hokky Panglima Sudirman Kota Surabaya.....	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Matriks IE (Internal-Eksternal)	32
Gambar 2. 2. Alur Kerangka Penelitian	43
Gambar 3. 1.Matriks Internal Eksternal (IE) 49	
Gambar 3. 2.Matriks SWOT	50
Gambar 3. 3.Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM)	52
Gambar 4. 1.Stuktur Organisasi	59
Gambar 4. 2.Proses Bisnis CV. Hokky	62
Gambar 4. 3.Matriks Internal Eksternal	102
Gambar 4. 4 Matriks Internal Eksternal	102

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran1.Daftar Pertanyaan Wawancara	116
Lampiran2.Hasil Wawancara Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal Berdasarkan Analisis SWOT	121
Lampiran3.Kuesioner Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Lingkungan Pemasaran.....	140
Lampiran4.Hasil Kuesioner Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Lingkungan Pemasaran oleh Ahli (Kepala Cabang)	142
Lampiran5.Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (QSPM)	145