

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN  
PENJUALAN PADA UD. PAWON KUE SURABAYA**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**JESIKA LAVIANA EKA SARI**

**NPM. 1542010039**

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

**2019**

LEMBAR PERSETUJUAN  
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN  
PENJUALAN PADA UD. PAWON KUE SURABAYA

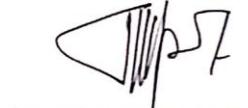
Disusun oleh:

JESIKA LAVIANA EKA SARI  
1542010039

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA



Dra. Hj. Suparwati, M.Si  
NIP. 195507181983022001

Mengetahui,

DEKAN FISIP

UPN "Veteran" Jawa Timur



Dr. Des. EC. Gendut Sukarno, MS.CHRM  
NIP. 195907011987031001

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN  
PENJUALAN PADA UD. PAWON KUE SURABAYA

OLEH

JESIKA LAVIANA EKA SARI  
1542010039

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Pengaji Skripsi  
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada tanggal 17 Mei 2019

Menyetujui

PEMBIMBING UTAMA



Dra. Hj. Suparwati, M.Si  
NIP. 195507181983022001

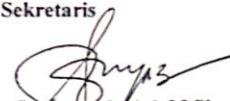
TIM PENGUJI

1. Ketua



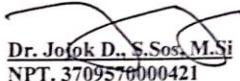
Dra. Hj. Suparwati, M.Si  
NIP. 195507181983022001

2. Sekretaris



Dra. Sonja Andarini, M.Si  
NIP. 196503261993092001

3. Anggota



Dr. Jotok D., S.Sos, M.Si  
NPT. 3709576000421

Mengetahui,



Dr. Drs. E.C. Gendut Sukarno, M.S.CHRA

## **ABSTRAKSI**

### **JESIKA LAVIANA EKA SARI, 1542010039, Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan pada UD. Pawon Kue Surabaya**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran yang dilakukan oleh UD. Pawon Kue Surabaya untuk meningkatkan penjualan. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis kuantitatif dengan analisis deskriptif yang mengacu pada konsep bauran pemasaran 4P yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat) dan *Promotion* (Promosi). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam, observasi partisipatif serta dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis SWOT dengan tahapan menyusun matriks IFAS dan EFAS, menentukan kuadran SWOT dan matriks SWOT.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa UD. Pawon Kue berada pada posisi kuadran I yang memiliki kekuatan sebesar 2,25, kelemahan 0,56, peluang 2,01 dan ancaman sebesar 0,58. Dapat disimpulkan bahwa strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan adalah strategi agresif yakni memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi agresif yang dapat diterapkan oleh UD. Pawon Kue agar dapat meningkatkan penjualan adalah melakukan inovasi produk pada segi pilihan rasa dan juga bentuk produk yang terbaru, memperluas cakupan pasar serta memaksimalkan pengelolaan usaha dengan melakukan penambahan sumber daya manusia.

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran, matriks IFAS, matriks EFAS, analisis SWOT, UD. Pawon Kue Surabaya**

## ***ABSTRACTION***

**JESIKA LAVIANA EKA SARI, 1542010039, Analysis of Marketing Strategies to Increase Sales at UD. Pawon Kue Surabaya.**

*This research is purpose to find out and analyze marketing strategies that carried out by UD. Pawon Kue Surabaya to increase sales. The research method used is a quantitative type using descriptive analysis that refers to the 4P marketing mix concept namely Product, Price, Place and Promotion. Data collection techniques are carried out by in-depth interviews, participant observation and documentation. The data analysis method used is the SWOT analysis method with the stages of arranging IFAS and EFAS matrix, determining the SWOT quadrant and SWOT matrix.*

*From the results of this research it can be concluded that UD. Pawon Kue is located in quadrant I which has a strength of 2.25, weakness of 0.56, opportunity of 2.01 and threat of 0.58. So it can be concluded the strategy that can be used to increase sales is an aggressive strategy to maximize the strength to take advantage of existing opportunities. Aggressive strategies that can be applied by UD. Pawon Kue in order to increase sales is by continuing to innovate products in terms of product flavor, expand market coverage and maximize business management by adding human resources.*

**Keywords:** *Marketing Strategy, IFAS matrix, EFAS matrix, SWOT analysis, UD. Pawon Kue Surabaya*

## **KATA PENGANTAR**

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UD. Pawon Kue Surabaya”**.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi 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. Hj. Suparwati, M.Si selaku dosen pembimbing utama yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Pada kesempatan kali ini penulis juga menyampaikan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, 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 Ilmu Adminisrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Ilmu Adminisrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.

4. Kedua orang tua, kakak penulis Nanang Ferdian serta adik penulis Al Ibra R. yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis.
5. Ibu Choirul Mahpuduah selaku owner UD. Pawon Kue Surabaya yang membantu penulis dalam hal data pendukung.
6. Seluruh teman-teman penulis yang selalu memberi semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan skripsi ini.

Surabaya, Mei 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAKSI .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACTION .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1 Secara Teoritis.....	8
1.4.2 Secara Praktis .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10

2.2 Landasan Teori .....	13
2.2.1 Pengertian Strategi .....	13
2.2.2 Manajemen Strategi.....	14
2.2.3 Pengertian Pemasaran.....	15
2.2.4 Konsep Pemasaran .....	16
2.2.5 Fungsi Pemasaran.....	19
2.2.6 Tujuan Pemasaran .....	22
2.2.7 Manajemen Pemasaran.....	25
2.2.8 Strategi Pemasaran .....	26
2.2.9 Unsur-Unsur Strategi Pemasaran .....	26
2.2.10 Pengertian Penjualan .....	28
2.2.11 Bauran Pemasaran .....	29
2.2.12 Analisis SWOT .....	30
2.2.13 Cara Membuat Analisis SWOT.....	31
2.3 Kerangka Berfikir.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	35

3.2 Batasan Penelitian .....	36
3.3 Lokasi Penelitian .....	38
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel .....	38
3.4.1 Populasi .....	38
3.4.2 Sampel dan Teknik Penarikan Sampel .....	38
3.5 Objek dan Informan Penelitian .....	39
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.6.1 In-depth Interview (Wawancara Mendalam).....	40
3.6.2 Participant Observation (Pengamatan Berperan Serta) .....	41
3.6.3 Dokumentasi.....	41
3.7 Teknik Analisis Data.....	42
3.8 Analisis SWOT .....	42
3.8.1 Matriks IFAS .....	43
3.8.2 Matriks EFAS .....	45
3.8.3 Matriks SWOT .....	48
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	52
4.1.1 Profil Perusahaan .....	52

4.2 Hasil Penelitian .....	53
4.2.1 Penyajian Data .....	53
4.2.2 Identitas Informan .....	62
4.2.3 Analisis Strategi Pemasaran .....	64
4.2.4 Analisis SWOT .....	70
4.2.4.1 Tahap Analisis IFAS dan EFAS .....	73
4.2.4.2 Tahap Analisis SWOT.....	77
4.3 Pembahasan.....	83
4.3.1 Strategi Pemasaran .....	83
4.3.2 Formulasi Strategi .....	86
4.4 Perbandingan Hasil Penelitian dengan Penelitian Terdahulu .....	92
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>95</b>
5.1 Kesimpulan .....	95
5.2 Saran.....	96

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Data Penjualan UD. Pawon Kue Surabaya Tahun 2018 .....	7
Tabel 3.1 EFAS ( <i>External Factors Analysis Summary</i> ) .....	44
Tabel 3.2 IFAS ( <i>Internal Factors Analysis Summary</i> ) .....	47
Tabel 3.3 Diagram Matriks SWOT .....	50
Tabel 4.1 Identitas Karyawan .....	62
Tabel 4.2 Nama Produk dan Harga .....	67
Tabel 4.3 Hasil IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Summary</i> ).....	74
Tabel 4.4 Hasil EFAS ( <i>External Factor Analysis Summary</i> ) .....	76
Tabel 4.5 Rumusan Strategy Analisis SWOT .....	79
Tabel 4.6 Perencanaan Kombinasi Strategi SWOT .....	80
Tabel 4.7 Rumusan Alternatif Strategi SWOT .....	81
Tabel 4.8 Perbandingan Hasil Penelitian dengan Penelitian Terdahulu .....	92

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Data Perkembangan Jumlah UMKM di Indonesia .....	2
Gambar 2.1 Analisis SWOT .....	32
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir .....	33
Gambar 3.1 Diagram Analisis SWOT .....	49
Gambar 4.1 Produk Pawon Kue.....	65
Gambar 4.2 Produk Pawon Kue di Beberapa Toko .....	68
Gambar 4.3 Diagram Hasil Analisis SWOT .....	78