

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA JASA LAUNDRY SEPATU
KINCLONG.SUB SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH :

ADI PUTRA DWI PURNOMO

1542010029

**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

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA JASA LAUNDRY SEPATU
KINCLONG.SUB SURABAYA**

Disusun Oleh :

Adi Putra Dwi Purnomo

NPM.1542010029

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui ,
Dosen Pembimbing



Dra. Siti Ning Farida, M.Si
196407291990032001

Mengetahui,
DEKAN



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

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA
JASA LAUNDRY SEPATU KINCLONG.SUB SURABAYA**

Oleh :

ADI PUTRA DWI PURNOMO
1542010029

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan
Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 12 April 2019

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196407291990032001

TIM PENGUJI

1. Ketua



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

2. Sekretaris



Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

3. Anggota



Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196407291990032001

Mengetahui,

DEKAN



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

ABSTRAK

ADI PUTRA DWI PURNOMO, 1542010029, Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Jasa Laundry Sepatu Kinclong.sub Surabaya

Peneliti menggunakan Laundry Sepatu Kinclong.sub yang bergerak pada bidang jasa cuci sepatu sebagai objek penelitian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada jasa Laundry Sepatu Kinclong.sub yang berada di Jalan Gunungsari II Perjuangan, Surabaya, Jawa Timur.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yang merupakan bagian dari analisis kualitatif dengan menggunakan teknik pengambilan data wawancara mendalam kepada pemilik, karyawan dan konsumen yang pernah menggunakan jasa Laundry Sepatu Kinclong.sub serta penelitian lapangan dengan melakukan pengamatan secara langsung. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis SWOT dengan menggunakan strategi pemasaran berdasarkan 7P sebagai bahan dasar pertanyaan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Dari penelitian ini diperoleh hasil *Internal Factor Analysis Summary* yang menunjukkan bahwa kekuatan sebesar 1,88 lebih kecil dibanding dengan kelemahannya yakni 1,34. Sedangkan dari hasil *Eksternal Factor Analysis Summary* adalah menunjukkan bahwa peluang lebih besar 1,25 dari ancaman yang ada sebesar 1,90. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Laundry Sepatu Kinclong.sub berada pada posisi kuadran II, yaitu yang mana tempat usaha memiliki ancaman yang besar namun terdapat kekuatan dari segi internal tempat usaha, sehingga strategi yang tepat untuk diterapkan oleh tempat usaha adalah menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman dan memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk atau pasar).

Kata kunci: Laundry Sepatu Kinclong.sub, Analisis SWOT, Strategi Pemasaran

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Jasa Laundry Sepatu Kinclong.sub Surabaya”**. Penulismengucapkan terima kasih kepada Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Dosen Pembimbing utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi kepada penulis. Dan penulis banyak menerima dukungan dari berbagai pihak, baik dukungan moril, materil maupun spiritual. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada :

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 Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur atas ilmu yang diberikan kepada peneliti.
4. Orang tua dan keluarga yang tiada henti memberikan doa, semangat, dukungan dan motivasi kepada penulis mulai dari awal kuliah hingga penyelesaian skripsi ini.

5. Sahabat dan Teman – teman Administrasi Bisnis 2015 yang selalu membantu peneliti selama masa perkuliahan sampai penelitian skripsi.

Peneliti menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penelitian skripsi ini. Dengan segala keterbatasan yang peneliti miliki, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan khususnya bagi peneliti.

Surabaya, Maret 2019

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	xii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Secara Teoritis.....	7
1.4.2 Secara Praktis	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	9
1.2 Landasan Teori.....	11
1.2.1 Strategi	11

1.2.2	Pemasaran	14
1.2.3	Pemasaran Jasa.....	20
1.2.4	Penjualan.....	24
1.2.5	Analisis SWOT	25
1.2.6	Kerangka Berfikir.....	29
BAB III METODE PENELITIAN		31
3.1	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	31
3.2	Lokasi Penelitian.....	33
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	33
3.3.1	Populasi	33
3.3.2	Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.4	Obyek dan Informan Penelitian	35
3.4.1	Obyek Penelitian	35
3.4.2	Informan Penelitian.....	35
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5.1	<i>In-depth Interview</i>	36
3.5.2	Field Research (Penelitian Lapangan)	37
3.6	Teknik Analisis Data.....	38
3.7	Analisis SWOT	38
3.7.1	Matrik IFAS (Internal Factor Analysis Summary)	39

3.7.2	Matrik EFAS (External Factor Analysis Summary)	40
3.7.3	Matrik SWOT.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	Gambaran Umum Obyek Penulisan.....	44
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	44
4.1.2	Logo Perusahaan	46
4.1.3	Struktur Organisasi.....	46
4.2	Hasil dan Pembahasan.....	47
4.2.1	Hasil	47
4.2.2	Pembahasan.....	69
4.3	Perbandingan Hasil Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Laundry Sepatu Kinclong.sub	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		78
5.1	Kesimpulan	78
5.2	Saran.....	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perkembangan Pendapatan Laundry Sepatu Kinclong.sub Surabaya dalam 6 bulan terakhir: Juli 2018 – Desember 2018. Error! Bookmark not defined.	
Tabel 3. 1 Matrik SWOT.....	43
Tabel 4. 1 Data Informan.....	52
Tabel 4. 2 Hasil IFAS.....	62
Tabel 4. 3 Hasil EFAS	63
Tabel 4. 4 Rumusan Strategi Matrik SWOT	66
Tabel 4. 5 Perencanaan Kombinasi Strategi SWOT	66
Tabel 4. 6 Rumusan Alternatif Strategi SWOT	67
Tabel 4. 7 Perbandingan Hasil Penelitian Pada Laundry Sepatu Kinclong.sub dengan Penelitian Terdahulu.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Diagram Analisis SWOT	27
Gambar 2. 2 Kerangka Berfikir.....	29
Gambar 4. 1 Logo Laundry Sepatu Kinclong.sub	46
Gambar 4. 2 Struktur Organsasi Laundry Sepatu Kinclong.sub	46
Gambar 4. 3 Jasa Laundry Sepatu Kinclong.sub	54
Gambar 4. 4 Pricelist Laundry Sepatu Kinclong.sub	55
Gambar 4. 5 Diagram Hasil Analisis SWOT	65

ABSTRACT

ADI PUTRA DWI PURNOMO, 1542010029, *Marketing Strategy In Increasing Sales at Kinclong.sub Shoes Laundry.*

The researcher used the Kinclong.sub Shoes Laundry which is engaged in the shoes washing services as an object of research. The purpose of this research was to find out and analyze marketing strategies in increasing sales in Kinclong.sub Shoe Laundry services located on Jalan Gunungsari II Perjuangan, Surabaya, East Java.

The method used is descriptive qualitative research that is part of the qualitative analysis with an in-depth interview techniques through to owners, employees and consumers who is ever used Kinclong.sub Shoes Laundry and field research by doing . Analytical techniques used are the SWOT analysis by using a marketing strategy based on 7P as the base material for questions analyzing the strengths, weaknesses, opportunities and threats.

From this study the results of the Internal Factor Analysis were obtained which showed a strength of 1.88 smaller than the weakness of 1.34. While the results of the Summary of External Factor Analysis are 1.25 of the existing challenges of 1.90. Results the research can be concluded that Kinclong.sub Shoes Laundry position quadrant II, namely that where companies have a great threat but there is strength in terms of internal company so the right strategy for applied by the company are using force to resolve threats and capitalize on long-term opportunities by way of strategy diversification (products or market).

Key Words: Kinclong.sub Shoes Laundry, SWOT Analysis, Marketing Strategy