

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME**

**PENJUALAN PADA CV. KARYA PERDANA JOMBANG**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh :**

**ADENA KHUMAIROH**

**17042010012**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA  
TIMUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

**SURABAYA**

**2021**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Judul Penelitian : **“STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
VOLUME PENJUALAN PADA CV. KARYA PERDANA  
JOMBANG”**

Nama Mahasiswa : Adena Khumairoh

NPM 17042010012

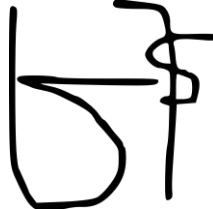
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

**PEMBIMBING**



**Dra. Siti Ning Farida, M.Si**  
**NIP. 196406291990032001**

Mengetahui,

**DEKAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**



**Dr. J. H. G. Sudut, Sukarno, MS, CHRA**  
**NIP. 195907011987031001**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA**  
**CV. KARYA PERDANA JOMBANG**

Disusun Oleh :

**ADENA KHUMAIROH**  
**17042010012**

Telah diuji kebenarannya oleh Tim Verifikasi dan Penguji serta  
dipublikasikan pada Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis (Terakreditasi Sinta 6)  
Vol XII No 1 Edisi Mei 2021

Pada Tanggal 28 Mei 2021

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA



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

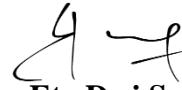
TIM PENGUJI

1. Ketua



**Budi Prabowo, S.Sos, MM**  
**NIP. 196210161988031001**

2. Sekretaris



**Dra Ety Dwi Susanti, M.Si**  
**NIP. 196805011994032001**

3. Anggota



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

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



**Dr. D. H. C. Endut Sukarno, MS. CHRA**  
**NIP. 195907011987031001**

## ABSTRAKSI

### STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA CV. KARYA PERDANA JOMBANG

Adena Khumairoh

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

UPN “Veteran” Jawa Timur

[adenakhumairoh123@gmail.com](mailto:adenakhumairoh123@gmail.com)

Penelitian ini dilakukan pada CV. Karya Perdana Jombang yaitu perusahaan yang bergerak dibidang industri pembuatan tahu sebagai obyek penelitian . tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan yang dilakukan atau terapkan oleh CV. Karya Perdana Jombang. Hasil dari metode analisis SWOT tersebut digunakan sebagai dasar untuk menentukan strategi pemasaran yang dapat dilakukan CV. Karya Perdana dalam meningkatkan volume penjualan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif . teknik pengambilan data menggunakan data observasi dan wawancara mendalam yang berkaitan dengan strategi pemasaran meliputi produk, harga, tempat/distribusi, dan promosi yang digunakan peneliti untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dengan metode analisis SWOT pada CV. Karya Perdana.

Dari penelitian ini diperoleh hasil IFAS yang menunjukkan kekuatan sebesar 2,10 dan kelemahan sebesar 1,10. Pada hasil EFAS menunjukkan peluang sebesar 1,74 dan ancaman sebesar 1,16. Hasil pilihan strategis menunjuk pada SO, dimana pada diagram SWOT terletak pada Kuadran I yang berarti perusahaan memiliki peluang dan kekuatan yang dapat memanfaatkan peluang sehingga strategi yang harus ditetapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan agresif (*growth oriented strategy*).

**Kata Kunci :** Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Analisis SWOT

## ABSTRACTION

### STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA CV. KARYA PERDANA JOMBANG

**Adena Khumairoh**

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

UPN “Veteran” Jawa Timur

[adenakhumairoh123@gmail.com](mailto:adenakhumairoh123@gmail.com)

*This research was conducted at CV. Karya Perdana Jombang is a company engaged in the tofu making industry as an object of research. the purpose of this study is to determine and analyze marketing strategies in increasing the volume of sales made or implemented by CV. Perdana Jombang's work. The results of the SWOT analysis method are used as a basis for determining marketing strategies that can be carried out by CV. Karya Perdana in increasing sales volume.*

*The research method used is a descriptive method with a qualitative approach. Data collection techniques using observation data and in-depth interviews related to marketing strategies including product, price, place / distribution, and promotion used by researchers to identify strengths, weaknesses, opportunities and threats with the SWOT analysis method on CV. Prime work.*

*From this study, the IFAS results were obtained which showed a strength of 2,10 and a weakness of 1,10. The EFAS results show an opportunity of 1,74 and a threat of 1,16. The strategic choice results point to SO, where the SWOT diagram is located in Quadrant I, which means the company has opportunities and strengths that can take advantage of opportunities so that the strategy that must be determined is to support aggressive growth policies (growth oriented strategy).*

**Keywords:** Marketing Strategy, Marketing Mix, SWOT Analysis

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT. Atas segala berkah dan limpahan rahmat-Nya serta sholawat dan salam kepada junjungan nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada CV. Karya Perdana Jombang”** . selesainya Skripsi ini tidak lepas dari Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis . terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada dosen pembimbing.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan ini tidak terlepas dari bantuan , dukungan , bimbingan dan saran dari berbagai pihak sehingga karya tulis ilmiah ini dapat terselesaikan dengan baik. maka dengan segala kerendahan hati , penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih 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 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Bapak dan ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
4. Bapak Mohammad solikin dan ibu wiwik selaku pemilik CV.Karya Perdana yang memudahkan untuk menyampaikan informasi

5. Kedua orang tua yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini
6. Teman-teman penulis yang telah memberikan dukungan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan laporan proposal ini

Adapun penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, penulis menghaturkan perhomonan maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan laporan ini .penulis berharap pembaca laporan ini dapat memberikan kritik dan saran kepada kami agar di kemudian hari kami bisa membuat laporan lebih baik lagi.

Surabaya, Mei 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Pengertian Strategi.....	11
2.2.2 Pengertian Pemasaran .....	13
2.2.3 Konsep Pemasaran.....	14
2.2.4 Tujuan Pemasaran .....	16
2.2.5 Manajemen Pemasaran .....	16
2.2.6 Strategi Pemasaran .....	17
2.2.7 Bauran Pemasaran .....	18
2.2.8 Penjualan.....	21
2.2.9 Analisis SWOT .....	22
2.2.10 Cara Membuat Analisis SWOT.....	23
2.3 Kerangka Berpikir .....	25



<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Batasan Masalah Peneliti.....	28
3.3 Lokasi Penelitian.....	29
3.4 Populasi, Sampel, Dan Teknik Penarikan Sampel.....	29
3.4.1 Populasi.....	29
3.4.2 Sampel.....	29
3.4.3 Teknik Penarikan Sampel.....	30
3.5 Objek Dan Informan Penelitian.....	31
3.5.1 Objek Penelitian.....	31
3.5.2 Informan Penelitian.....	31
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.6.1 Observasi.....	32
3.6.2 Wawancara.....	33
3.6.3 Dokumentasi.....	34
3.6.4 Triangulasi.....	34
3.7 Teknik Analisis Data.....	35
3.8 Analisis SWOT.....	35
3.8.1 Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	37
3.8.2 Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS).....	38
3.8.3 Matriks SWOT.....	40
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>42</b>
4.1 Gambaran umum obyek penelitian.....	42
4.1.1 Profil perusahaan.....	42

4.1.2 Struktur organisasi.....	43
4.2 Hasil .....	44
4.2.1 Penyajian data .....	44
4.2.2 Identitas Informan .....	53
4.2.3 Analisis strategi pemasaran.....	54
4.2.4 Analisis SWOT.....	57
4.2.5 Tahap analisis factor internal dan eksternal menggunakan IFAS dan EFAS .....	59
4.2.6 Tahap menggunakan diagram analisis SWOT .....	62
4.3 Pembahasan.....	67
4.3.1 Perbandingan hasil peneitian pada CV. Karya Perdana dengan peneliti terdahulu.....	69
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>73</b>
5.1 Kesimpulan .....	73
5.2 Saran.....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>77</b>

## DAFTAR TABEL

1.1 Rata-rata konsumsi perkapita mingguan tahu dan tempe tahun 2015-2019.....	4
1.2 Data penjualan CV. Karya Perdana bulan Juni-November 2020 .....	6
4.1 Identitas informan .....	54
4.2 Hasil IFAS .....	59
4.3 Hasil EFAS .....	61
4.4 Rumusan strategi matriks SWOT .....	63
4.5 Matriks SWOT.....	63
4.6 Perbandingan dengan penelitian terdahulu.....	67

## DAFTAR GAMBAR

2.1 Komponen bauran pemasaran.....	19
2.2 Diagram analisis SWOT.....	24
2.3 Kerangka berpikir .....	25
4.1 Tampak depan pabrik tahu CV. Karya Perdana .....	43
4.2 Struktur organisasi CV. Karya Perdana .....	43
4.3 Diagram analisis SWOT.....	62