

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA ANTENNA HDF SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

FELICIA YOLANDA

17042010063

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

2021

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : **“Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Antenna HDF Surabaya”**

Nama Mahasiswa : Felicia Yolanda

NPM : 17042010063

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos, M.Si
NPT. 370119500421

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



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

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN ANTENA HDF
SURABAYA

Disusun Oleh:

Felicia Yolanda
17042010063

Telah diuji kebenarannya oleh Tim Verifikasi dan penguji serta dipublikasikan pada
Jurnal Value : Jurnal Manajemen dan Akuntansi (Terakreditasi sinta 6) Vol 16 Nomor 1
Bulan Juni 2021

Pada tanggal 29 Mei 2021

PEMBIMBING



Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos, M.Si
NPT. 370119500421

TIM PENGUJI

1. Ketua:



Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

2. Sekretaris:



Ir. Lisa Sulistyawati, MM
NIP. 195802231987032001

3. Anggota:



Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos, M.Si
NPT. 370119500421

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Dr. Drs. Ec. Genlut Sukarno, M.S., CHRA
NIP 19590711987031001

ABSTRAKSI

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN

PADA ANTENNA HDF SURABAYA

Felicia Yolanda

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

feliciayolanda6@gmail.com

Penelitian strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan Antena HDF Surabaya dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan yang digunakan oleh Antena HDF Surabaya. Hasil dari analisis SWOT dapat digunakan sebagai dasar perusahaan untuk menentukan strategi pemasaran yang berpengaruh dalam peningkatan volume penjualan.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan analisis SWOT. Teknik pengambilan data yang digunakan yaitu observasi, kuesioner, dan wawancara yang mendalam yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang meliputi strategi produk, harga, tempat, dan promosi yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dengan analisis SWOT.

Dari hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa Antena HDF berada pada posisi kuadran II yang artinya meskipun menghadapi berbagai ancaman, Antena HDF masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan yang memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk atau pasar).

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, EFAS, IFAS

ABSTRACTION

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA ANTENNA HDF SURABAYA

Felicia Yolanda

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

feliciayolanda6@gmail.com

Research on marketing strategies in increasing sales of HDF Surabaya Antenna was carried out with the aim of knowing and analyzing marketing strategies in increasing sales used by HDF Antenna Surabaya. The results of the SWOT analysis can be used as the basis for the company to determine a marketing strategy that has an impact on increasing sales volume.

The research method used is descriptive research with a SWOT analysis approach. Data collection techniques used are observation, questionnaires, and in-depth interviews related to marketing strategies which include product, price, place, and promotion strategies which are used to identify strengths, weaknesses, opportunities and threats with SWOT analysis.

From the results of the SWOT analysis, it shows that the HDF Antenna is in the quadrant II position which means that even though it faces various threats, the HDF Antenna still has strength from an internal perspective. The strategy that must be applied is to use strengths that take advantage of long-term opportunities by means of a diversification strategy (product or market).

Keywords: Marketing Strategy, SWOT Analysis, EFAS, IFAS

KATA PENGANTAR

Pertama-tama, penulis ucapkan syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal dengan judul “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada HDF Antenna Surabaya” dengan baik.

Penyusunan skripsi ini dapat terlaksana dengan baik dengan bantuan Dr. Jojok D, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing utama yang meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasihat, serta motivasi pada penulis serta tak lepas dari bantuan dari pihak-pihak terkait. Untuk itu pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku koordinator program studi Administrasi Bisnis.
3. Seluruh dosen Program Studi Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu selama ini.
4. Papa, Mama, Kakak – Kakak, dan adik penulis yang telah memberikan dukungan baik moral maupun materil dalam proses belajar serta penulisan secara menyeluruh.
5. Sahabat – sahabat G-Soquad yang selalu membantu, memberi semangat dan motivasi kepada penulis selama masa perkuliahan hingga penulisan skripsi.
6. Pihak HDF Antenna yang telah membantu penulis dengan memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian skripsi.

Penulis menyadari, dalam penelitian ini masih banyak kesalahan dan kekurangan serta jauh dari kata sempurna. Hal ini dikarenakan terbatasnya kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu perlu adanya kritik dan saran dari pihak pembaca. Dengan begitu penulis berharap penelitian ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan semua pihak pada umumnya.

Surabaya, April 2021

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
ABSTRAKSI	i
ABSTRACTION	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori	10
2.2.1. Pengertian Strategi	10
2.2.2. Pengertian Pemasaran	10
2.2.3. Konsep Pemasaran	11
2.2.4. Fungsi Pemasaran	13
2.2.5. Tujuan Pemasaran	14
2.2.6. Manajemen Pemasaran	15
2.2.7. Strategi Pemasaran	16
2.2.8. Unsur – Unsur Strategi Pemasaran	18
2.2.9. Penjualan	20
2.2.10. Bauran Pemasaran	20
2.2.11. Analisis SWOT	21
2.2.12. Cara Membuat Analisis SWOT	22
2.3. Kerangka Berpikir	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1. Jenis Penelitian	26
3.2. Batasan Masalah Penelitian	26
3.3. Lokasi Penelitian	26
3.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	27

3.4.1.	Populasi	27
3.4.2.	Sampel	27
3.4.3.	Teknik Penarikan Sampel.....	28
3.5.	Objek dan Informan Penelitian	29
3.5.1.	Objek Penelitian	29
3.5.2.	Informan Penelitian.....	29
3.6.	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6.1.	Observasi.....	30
3.6.2.	Wawancara	31
3.6.3.	Kuesioner	32
3.7.	Teknik Analisis Data.....	32
3.8.	Analisis SWOT	33
3.8.1.	Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	34
3.8.2.	Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS).....	36
3.8.3.	Matriks SWOT	38
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1.	Hasil	40
4.1.1.	Profil Perusahaan	40
4.1.2.	Visi dan Misi Perusahaan	40
4.1.3.	Struktur Organisasi Perusahaan.....	41
4.1.4.	Logo Perusahaan	43
4.2.	Analisis dan Pembahasan	43
4.2.1.	Bauran Pemasaran	43
4.2.2.	Analisis SWOT	46
4.3.	Perbandingan Penelitian Pada Antena HDF Dengan Penelitian Terdahulu.....	62
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1.	Kesimpulan.....	67
5.2.	Saran	68
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN		71
LAMPIRAN DOKUMENTASI		99

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penghasilan HDF Antenna Januari – November 2020.....	4
Tabel 3.1 Diagram Matriks SWOT	38
Tabel 4.1 Analisis SWOT pada Antena HDF.....	48
Tabel 4.2 Hasil Rata – Rata Kuesioner Responden.....	50
Tabel 4.3 Hasil Analisis IFAS (<i>Internal Factors Analysis Strategy</i>).....	50
Tabel 4.4 Hasil Rata – Rata Kuesioner Responden.....	52
Tabel 4.5 Hasil Analisis EFAS (<i>Extrenal Factors Analysis Strategy</i>).....	53
Tabel 4.6 Rumusan Strategi Matriks SWOT.....	57
Tabel 4.7 Matriks SWOT.....	56
Tabel 4.8 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT.....	24
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.....	25
Gambar 3.1 Diagram Matriks SWOT.....	37
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Antena HDF.....	41
Gambar 4.2 Logo Antena HDF.....	43
Gambar 4.3 Diagram Analisis SWOT.....	53