

# Strategi Pemasaran Pada PT Walet Jaya Di Samarinda

## SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur



Oleh:

MUCHAMMAD MUKHTAR

1442010058

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

2020

**LEMBAR PENGESAHAN**

**STRATEGI PEMASARAN PADA  
PT WALET JAYA DI SAMARINDA**

Disusun Oleh :

**MUCHAMMAD MUKHTAR**

**NPM : 1442010058**

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal : 27 Oktober 2020


Menyetujui,

Pembimbing


  
**Dr. Jojok D., S.Sos., M.Si**  
**NIP. 370957000421**

TIM PENGUJI :


1. Ketua

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


2. Sekretaris

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

3. Anggota

  
**Dr. Jojok D., S.Sos., M.Si**  
**NIP. 370957000421**

Mengetahui,  
DEKAN

  
**Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, M.S., CHRA.**  
**NIP. 195907011987031001**



**LEMBAR PERSETUJUAN**

**STRATEGI PEMASARAN PADA  
PT WALET JAYA DI SAMARINDA**

Disusun Oleh :

**MUCHAMMAD MUKHTAR**

**NPM : 1442010058**

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

**PEMBIMBING**

**Dr. Jojok D., S.Sos., M.Si.**

**NIP. 370957000421**

Mengetahui,

**DEKAN**

**Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, M.S., CHRA.**

**NIP. 195907011987031001**

# STRATEGI PEMASARAN PADA PT WALET JAYA DI SAMARINDA

MUCHAMMAD MUKHTAR

NPM 1442010058

**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
mame dkhalifa@g mail.com**

## ABSTRAKSI

Penelitian ini berdasarkan pada berkembangnya usaha bisnis di bidang usaha Walet yang ada di Kota Samarinda. Peneliti menggunakan PT Walet Jaya sebagai obyek penelitian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh PT Walet Jaya yang berada di Jl Graha Indah Blok AB, Kalimantan Timur Samarinda dan bertujuan untuk memberikan masukan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang digunakan oleh PT Walet Jaya.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif yang merupakan bagian dari analisis kualitatif dengan menggunakan teknik pengambilan data wawancara mendalam kepada pemilik, karyawan dan konsumen yang membeli produk walet di PT Walet Jaya, observasi berperan serta, dan penelitian lapangan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis SWOT dengan menggunakan strategi pemasaran berdasarkan 7P yaitu *product, price, place, promotion, process, physical environment, people* sebagai bahan dasar pertanyaan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa PT Walet Jaya berada pada posisi kuadran I, yaitu merupakan situasi yang menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

Kata kunci : *PT Walet Jaya, Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran.*

# **MARKETING STRATEGY IN PT WALET JAYA IN SAMARINDA**

**MUCHAMMAD MUKHTAR**  
**NPM 1442010058**

**Business Administration Study Program**  
**faculty of Social Science and Political Science**  
**East Java "Veteran" National Development University**  
**name dkhalifa@gmail.com**

## **ABSTRACTION**

This research is based on the development of business ventures in the Swallow business sector in Samarinda City. Researchers use PT Walet Jaya as the object of research. The purpose of this study was to determine the Marketing Strategy undertaken by PT Walet Jaya located on Jl. Graha Indah Blok AB, East Kalimantan Samarinda. And aims to provide input in solving problems related to the marketing strategies used by PT Walet Jaya.

The research method used is descriptive which is part of a qualitative analysis using in-depth interview data collection techniques for owners, employees and consumers who buy swallow products at PT Walet Jaya, participating observations, and field research. The analysis technique used is a SWOT analysis using marketing strategies based on 7P, namely product, price, place, promotion, process, physical environment, people as the basis for questions to analyze strengths, weaknesses, opportunities and threats.

The results of the study concluded that PT Walet Jaya was in quadrant I position, which was a favorable situation. The company has opportunities and strengths so that they can take advantage of the opportunities that exist. The strategy that must be applied in this condition is to support an aggressive growth policy (Growth Oriented Strategy).

Keywords: *PT Walet Jaya, SWOT Analysis, Marketing Strategy, Marketing Mix.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya kepada penulis sehingga skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran Pada PT Wale t Jaya Di Samarinda”** dapat menyelesaikan proposal Ini

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dosen Pembimbing utama Bapak Dr.Jojok D,S.Sos,M.Si yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi kepada penulis. Dan penulis juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa moril, spiritual maupun materil. Untuk itu penulis mengucapkan 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 Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Perusahaan yang memberikan saya perijinan dan menemani saya selama disana. hingga menjelaskan secara mendetail
4. Bapak Ibu Dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Orang tua yang tiada henti memberikan doa, semangat, dukungan dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan proposal ini

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan proposal ini banyak terdapat kekurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan proposal ini. Akhirnya, dengan segala keterbatasan yang penulis miliki semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak umumnya dan penulis pada khususnya

Surabaya, September 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
DAFTAR TABEL .....	iii
DAFTAR GAMBAR .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
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 .....	9
2.2.1 Strategi.....	9
2.2.1.1 Definisi Strategi.....	9
2.2.2.2 Tipe-Tipe Strategi.....	10
2.2.3.3 Strategi Fungsional .....	11
2.2.4.4 Manajemen Strategi.....	18



2.2.2 Definisi Pemasaran .....	19
2.2.3 Konsep Pemasaran .....	20
2.2.4 Tujuan Pemasaran .....	21
2.2.5 Strategi Pemasaran .....	21
2.2.6 Bauran Pemasaran .....	23
2.2.7 Analisis Swot .....	24
2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen .....	16
2.3.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	17
2.3.3 Model Perilaku Konsumen.....	23
2.3. Kerangka Berfikir .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	32
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 Penarikan Sampel.....	33
3.4 Obyek dan Informasi Penelitian .....	35
3.4.1 Obyek Penelitian.....	35
3.4.2 Informasi Penelitian .....	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.5.1 In-Depth Interview.....	36

3.5.2 Partcipan Observation(Observasi Berperan Serta).....	37
3.5.3 Field Research (Penelitian Lapangan) .....	38
3.6 Teknik Analsi Data .....	38
3.7 Analsi SWOT.....	38
3.7.1 Matrik IFAS (Internal Factor Analysis Summary).....	39
3.7.2 Matrik EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary) .....	40
3.7.3 Matrik Swot.....	41
 DAFTAR PUSTAKA .....	
 LAMPIRAN .....	

## DAFTAR GAMBAR

1.1 Perkembangan PT.Walet Jaya 2018 .....	4
2.1 Diagram Analsi SWOT.....	26
2.3 Kerangka Berfikir.....	30
3.1 Matrik SWOT.....	43

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Wawancara Penelitian .....