

**ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
VOLUME PENJUALAN KEDAI TEMPONG SURABAYA**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**RIFQI AGATA GEOVANI PRATAMA**  
**NPM. 20042010209**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA  
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM  
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN KEDAI TEMPONG  
SURABAYA


Disusun Oleh:

Rifqi Agata Geovani Pratama  
NPM. 20042010209

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING

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

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

  
  
Dr. Catur Suratnoaji, M.Si  
NIP. 196804182021211006



**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM  
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN KEDAI TEMPONG  
SURABAYA**

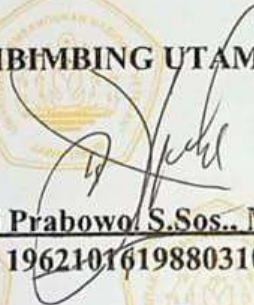
Disusun Oleh :

Rifqi Agata Geovani Pratama

NPM. 20042010209

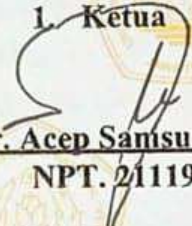
Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 17 September 2024  
Menyetujui,

**PEMBIMBING UTAMA**


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

**TIM PENGUJI**


1. Ketua

  
Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA  
NPT. 21119771204337

2. Sekretaris

  
Dra. Lia Nirawati, M.Si  
NIP. 196009241993032001

3. Anggota

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

Mengetahui,  
**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

  
Dr. Catur Suratnoaji, M.Si  
NIP. 196804182021211006



## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rifqi Agata Geovani Pratama

NPM : 20042010209

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi : Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Tempong Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Penyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 18 September 2024



**Rifqi Agata Geovani Pratama**  
NPM. 20042010209

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia serta rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini dengan Judul **“Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Tempong Surabaya”**

Penyusunan skripsi oleh penulis merupakan salah satu persyaratan akademis dalam rangka memenuhi tugas akhir. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi, tidak akan berjalan lancar dan berwujud baik tanpa adanya dukungan dan tantangan. Serta penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Budi Prabowo, S.sos., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini dengan segala arahan dan kesabarannya. Terima kasih tak terhingga penulis sampaikan untuk beliau.

Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi. Yang Terhormat:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M, M.A selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Seluruh dosen pengajar Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Kedua Orang Tua serta Keluarga yang selalu mendoakan, memberikan semangat, motivasi serta mendukung secara materil maupun non materil dari awal sampai akhir penyusunan skripsi ini.
5. Serta seluruh teman serta sahabat yang ikut berpartisipasi dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari dalam skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Hal ini disebabkan terbatasnya kemampuan, pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu, perlu adanya kritik dan saran serta masukan yang membangun dari pihak pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Surabaya, September 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR LAMPIRAN.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Strategi.....	18
2.2.2 Pemasaran.....	22
2.2.3 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing mix</i> ).....	31
2.2.4 Volume.....	39
2.2.5 Penjualan.....	40
2.2.6 Analisis SWOT.....	42
2.3 Kerangka Berpikir.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Jenis Penelitian.....	45
3.2 Lokasi Penelitian.....	46
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	47
3.3.1 Populasi.....	47
3.3.2 Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	47

3.4 Informan dan Teknik Penarikan Informan.....	48
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.5.1 Observasi.....	50
3.5.2 Wawancara.....	52
3.5.3 Pengumpulan Data Melalui Dokumen.....	54
3.5.4 Triangulasi.....	55
3.6 Teknik Analisis Data.....	55
3.7 Teknik Analisis SWOT.....	57
3.8 Jadwal Penelitian.....	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian (Kedai Tempong Surabaya).....	67
4.1.1 Logo Perusahaan.....	68
4.1.2 Stuktur Organisasi.....	68
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	69
4.2.1 Penyajian Data.....	69
4.2.2 Identitas Informan.....	77
4.3 Analisis SWOT.....	77
4.3.1 Tahap Analisis Faktor Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary).....	79
4.3.2 Tahapan Analisis.....	84
4.4 Perbandingan Hasil Penelitian Pada Kedai Tempong Surabaya Dengan Penelitian Terdahulu.....	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	96



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara Owner (Pemilik).....	96
Lampiran 2 : Pedoman Wawancara Karyawan .....	101
Lampiran 3 : Pedoman Wawancara Konsumen .....	103
Lampiran 4 : Hasil Wawancara .....	105
Lampiran 5 : Dokumentasi.....	127

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pilihan Varian Lauk Pada Kedai Tempong.....	7
Tabel 1. 2 Penjualan Kedai Tempong Surabaya (januri 2022 – juni 2022) .....	8
Tabel 3. 1 Matriks IFAS .....	61
Tabel 3. 2 Matriks EFAS .....	63
Tabel 3. 3 Matriks SWOT .....	65
Tabel 3. 4 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Penelitian.....	66
Tabel 4.1 Informan Kedai Tempong Surabaya.....	77
Tabel 4. 2 Hasil Analisis IFAS .....	79
Tabel 4. 3 Hasil Analisis EFAS .....	82
Tabel 4. 4 Rumusan Strategi Matriks SWOT.....	85
Tabel 4. 5 Matriks SWOT .....	86
Tabel 4. 6 Perbandingan Hasil Penelitian Pada Kedai Tempong Surabaya Dengan Penelitian Terdahulu.....	88

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	43
Gambar 3. 1 Diagram Analisis SWOT.....	59
Gambar 4.1 Logo Kedai Tempong .....	68
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Kedai Tempong Surabaya .....	68
Gambar 4. 3 Diagram Analisis SWOT.....	84

## ABSTRAK

### **ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN KEDAI TEMPONG SURABAYA.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pemasaran yang digunakan oleh Kedai Tempong Surabaya dalam upaya meningkatkan volume penjualan. Metode pengambilan sampel dilakukan secara *purposive* dengan mengevaluasi penerapan strategi bauran pemasaran 7P (produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, proses). Penelitian ini dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif serta analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Analisis SWOT digunakan untuk menilai kekuatan dan kelemahan internal perusahaan serta peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal. Dengan analisis SWOT, dapat dihasilkan beberapa alternatif strategi pengambilan keputusan yang efektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kedai Tempong Surabaya memiliki kekuatan internal sebesar 2,25, kelemahan 0,71, peluang 1,53, dan ancaman 1,33. Berdasarkan diagram analisis SWOT, Kedai Tempong Surabaya berada di posisi kuadran 1, yang mendukung strategi pertumbuhan agresif (*growth oriented strategy*) untuk meningkatkan *omzet* penjualan.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Volume Penjualan, Analisis SWOT



## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF MARKETING MIX STRATEGY IN INCREASING SALES VOLUME OF KEDAI TEMPONG SURABAYA**

*This research aims to identify the marketing strategies used by Kedai Tempong Surabaya to increase its sales volume. The sampling method was conducted purposively by evaluating the implementation of the 7P marketing mix strategy (product, price, place, promotion, people, physical evidence, process). This study was analyzed using a descriptive qualitative approach as well as a SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). SWOT analysis was used to assess the company's internal strengths and weaknesses, as well as external opportunities and threats. Through SWOT analysis, several alternative decision-making strategies can be generated. The results of the study show that Kedai Tempong Surabaya has internal strengths of 2.25, weaknesses of 0.71, opportunities of 1.53, and threats of 1.33. Based on the SWOT analysis diagram, Kedai Tempong Surabaya is positioned in quadrant 1, which supports an aggressive growth-oriented strategy to increase sales turnover.*

*Keywords: Marketing Mix, Sales Volume, SWOT Analysis*