

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN PADA OSAKA ORGANIZER KOTA KEDIRI**

SKRIPSI



Oleh:

Devita Zahra Amanda

22042010066

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**"ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PADA OSAKA ORGANIZER KOTA KEDIRI"**

Disusun Oleh:

DEVITA ZAHRA AMANDA

NPM. 22042010066

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Budi Prabowo S.Sos., MM.

NIP. 196210161988031001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PADA OSAKA ORGANIZER KOTA KEDIRI**

Disusun Oleh:

Devita Zahra Amanda
NPM. 22042010066

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 4 Maret 2026

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

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

TIM PENGUJI

1. Ketua

R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos., M.Si
NIP. 197206132021211003

2. Sekretaris

Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, S.T., M. Si
NIP. 196112241989031007

3. Anggota

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

Mengetahui,

DEKAN
Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Devita Zahra Amanda
NPM : 22042010066
Program : Sarjana(S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

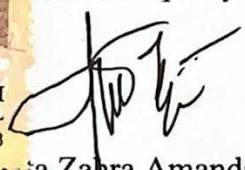
Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 4 Maret 2026

Yang Membuat pernyataan




Devita Zahra Amanda
NPM. 22042010066

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat serta karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Osaka Organizer Kota Kediri”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu tahapan akademik pada program studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan semua pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Budi Prabowo, Sos., MM sebagai dosen pembimbing, beliau telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini. Dalam kesempatan ini, penulis juga menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A., selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Seluruh dosen Program Studi Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan, dan motivasi yang sangat bermanfaat bagi penulis.

4. Kedua orang tua, serta kakak Dita dan Teddy selaku saudara kandung penulis yang senantiasa memberikan do'a, dukungan moral, material dan semangat tanpa henti selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Keluarga besar Osaka Organizer yang telah memberikan kesempatan, dukungan, serta keterbukaan informasi selama proses penelitian ini berlangsung.
6. Seluruh teman-teman Program Studi Administrasi Bisnis yang telah memberikan dukungan, semangat, dan kebersamaan selama proses penyusunan skripsi ini.

Surabaya, 4 Maret 2026

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
ABSTRAK.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusah Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Secara Teoritis	10
1.4.2 Secara Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Peneliti Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Strategi	16
2.2.2 Pemasaran.....	19
2.2.3 Penjualan	25
2.2.4 Analisis SWOT.....	29
2.3 Kerangka Berpikir	33
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Fokus Penelitian.....	36
3.3 Lokasi Penelitian.....	37
3.4 Informan Penelitian.....	38
3.5 Metode Pengambilan Data	39
3.5.1 <i>In-dept Interview</i> (Wawancara Mendalam)	39

3.5.2	<i>Observation</i> (Observasi)	40
3.6	Jenis Data dan Sumber Data.....	41
3.7	Teknik Analisis Data.....	41
3.8	Triangulasi	42
3.9	Analisis SWOT	43
3.9.1	Matriks IFAS	46
3.9.2	Matriks EFAS	48
3.9.3	Matriks Analisis SWOT	50
3.10	Jadwal Penelitian	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		53
4.1	Pengumpulan Data	53
4.2	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
4.2.1	Profil Perusahaan.....	53
4.2.2	Logo Perusahaan.....	55
4.2.3	Struktur Organisasi	55
4.3	Hasil dan Penyajian Data	57
4.3.1	Identitas Informan.....	60
4.3.2	Hasil Wawancara Dengan Pemilik.....	60
4.3.3	Hasil Wawancara Dengan Karyawan.....	65
4.3.4	Hasil Wawancara Dengan Konsumen.....	68
4.3.5	Analisis SWOT.....	70
4.4	Tahap Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal Menggunakan IFAS dan EFAS	73
4.4.1	Faktor Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)	74
4.4.2	Faktor Matriks EFAS (External Factor Analysis Summary)	78
4.4.3	Diagram SWOT.....	83
4.4.4	Matriks Internal Eksternal.....	86
4.4.5	Matriks Alternatif Strategi SWOT	87
4.5	Pembahasan.....	92
4.5.1	Strategi <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	92

4.5.2 Formulasi Strategi.....	99
4.5.3 Kendala Yang Dihadapi.....	101
4.5.4 Perbandingan Hasil Penelitian	101
BAB V PENUTUP	106
5.1 Kesimpulan	106
5.2 Saran	107
DAFTAR PUSTAKA.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Pesaing Osaka Organizer.....	4
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	51
Tabel 4. 1 Identitas Informan Osaka Organizer.....	60
Tabel 4. 2 Hasil Skor Tingkat Signifikan Faktor Internal Strategis	74
Tabel 4. 3 Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary).....	75
Tabel 4. 4 Hasil Skor Tingkat Signifikan Faktor Eksternal Strategis.....	78
Tabel 4. 5 Matriks EFAS (External Factor Analysis Summary).....	79
Tabel 4. 6 Total Skor Faktor Strategi Internal dan Eksternal	83
Tabel 4. 7 Rumusan Strategi Matriks SWOT Osaka Organizer	87
Tabel 4. 8 Matriks Alternatif Strategi SWOT	88
Tabel 4. 9 Perbandingan Hasil Penelitian Pada Osaka Organizer	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perbandingan Postingan Sosial Media	3
Gambar 1. 2 Pertumbuhan Osaka Organizer	6
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	34
Gambar 3. 1 Triangulasi Pengumpulan Data	43
Gambar 3. 2 Diagram SWOT	44
Gambar 3. 3 Tabel EFAS	49
Gambar 3. 4 Matriks SWOT	50
Gambar 4. 1 Logo Osaka Organizer	55
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Osaka Organizer	56
Gambar 4. 3 Diagram Matriks SWOT Osaka Organizer	84
Gambar 4. 4 Matriks Internal Eksternal	86

ABSTRAK

DEVITA ZAHRA AMANDA, 22042010066, Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Osaka Organizer Kota Kediri.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada Osaka Organizer di Kota Kediri. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P yang meliputi *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence* memiliki peran penting dalam meningkatkan daya tarik serta kepercayaan konsumen terhadap jasa Osaka Organizer. Analisis SWOT yang dilakukan menghasilkan skor faktor kekuatan sebesar 2,58, kelemahan sebesar 0,55, peluang sebesar 2,47, dan ancaman sebesar 0,64. Matriks IFAS dan EFAS masing-masing memperoleh skor sebesar 3,13 dan 3,11, yang menunjukkan dominasi kekuatan internal dan peluang eksternal. Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT, Osaka Organizer berada pada Kuadran I (*Strength–Opportunity*), yang merekomendasikan penerapan strategi pertumbuhan agresif dengan memanfaatkan kekuatan internal dan peluang eksternal guna meningkatkan volume penjualan. Strategi *Strength–Opportunities* (SO) dapat diterapkan untuk memperkuat daya saing dan memperluas pangsa pasar di tengah persaingan industri *event organizer*.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Volume Penjualan

ABSTRACT

DEVITA ZAHRA AMANDA, 22042010066, Marketing Strategy Analysis To Increase Sales Volume At Osaka Organizer, Kediri City.

This study aims to analyze marketing strategies in increasing sales volume at Osaka Organizer in Kediri City. The research method used is descriptive research with a qualitative approach, data collection techniques are carried out through observation, in-depth interviews, and documentation. The results of the study indicate that the implementation of the 7P marketing mix strategy which includes product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence has an important role in increasing consumer attraction and trust in Osaka Organizer services. The SWOT analysis conducted resulted in a strength factor score of 2.58, weaknesses of 0.55, opportunities of 2.47, and threats of 0.64. The IFAS and EFAS matrices obtained scores of 3.13 and 3.11, respectively, which indicate the dominance of internal strengths and external opportunities. Based on the results of the SWOT matrix analysis, Osaka Organizer is in Quadrant I (Strength–Opportunity), which recommends the implementation of an aggressive growth strategy by utilizing internal strengths and external opportunities to increase sales volume. The Strength–Opportunities (SO) strategy can be applied to strengthen competitiveness and expand market share amidst competition in the event organizer industry.

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