

**ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN KARTU BY.U PADA
PT TELEKOMUNIKASI SELULAR SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

Assyaffa Maulida
NPM. 22042010044

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

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Kartu Perdana by.U
Pada PT Telekomunikasi Selular Surabaya**


Disusun Oleh:

ASSYAFFA MAULIDA
NPM. 22042010044

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama


Budi Prabowo S.Sos.,MM
NIP. 196210161988031001

Mengetahui

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK


Prof. Dr. Cahur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP.196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

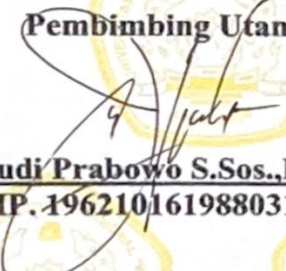
**Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Kartu Perdana by.U
Pada PT Telekomunikasi Selular Surabaya**

Oleh:

ASSYAFFA MAULIDA
NPM. 22042010044


**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 25 Juni 2026**

Pembimbing Utama



Budi Prabowo S.Sos.,MM
NIP. 196210161988031001

Tim Penguji

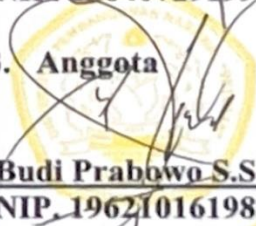
1. Ketua


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


2. Sekretaris


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

3. Anggota


Budi Prabowo S.Sos.,MM
NIP. 196210161988031001

Mengetahui
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Assyaffa Maulida
NPM : 22042010044
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah ~~Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi*~~ 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 tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap daftar daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada ~~Skripsi/Tesis/Disertasi~~ ini, 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, 25 Juni 2026
Yang membuat pernyataan



Assyaffa Maulida
NPM. 22042010044

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya kepada penulis sehingga skripsi dengan judul “**Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Kartu Perdana By.U Pada PT Telekomunikasi Selular Surabaya**” dapat terselesaikan dengan baik meskipun banyak kekurangan di dalamnya.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Budi Prabowo S.Sos., MM selaku Dosen Pembimbing utama 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 terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Ibu dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. yang sudah membantu penulis untuk mengerjakan skripsi.
4. Seluruh karyawan PT Telekomunikasi Selular Surabaya terutama Mas Febri selaku Sales Support regional Jawa Timur yang berkenan memberikan waktu sebagai informan di lapangan.

5. Bapak Muslih, Ibu Titik, Kakak Maisy, Mas Affan dan Keisyam selaku Keluarga yang selalu mendoakan dan mendukung hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
6. Helena dan Syahda selaku teman yang dari MI yang selalu mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Anak Batikan (Alifia, Bagus, Carrisa, Cindi, Dony, Ester, Safania, Savira, dan Sophia) selaku teman yang selalu membantu, menemani, mensupport penulis selama diperkuliahan, selama mengerjakan skripsi dan saat penulis merantau di Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih memiliki berbagai kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan, kemampuan, serta pengalaman. Oleh karena itu, masukan berupa kritik dan saran dari para pembaca sangat penulis harapkan guna perbaikan di masa mendatang. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Surabaya, Juni 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Peneltian.....	8
1.4.1. Manfaat Teoritis	8
1.4.2. Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1. Pengertian Strategi	13
2.2.2. Pengertian Bauran Pemasaran.....	14
2.2.3. Pengertian Peningkatan Penjualan	20
2.3 Kerangka Berpikir	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	25
3.2. Fokus Penelitian	26
3.3. Lokasi Penelitian	27
3.4. Obyek dan Subyek Penelitian	27
3.5. Pengumpulan Data	28
3.6. Analisis Data	33
3.7. Analisis SWOT	35
3.7.1. Definisi SWOT.....	35

3.7.2. Matrik EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary).....	37
3.7.3. Matrik IFAS (Internal Factor Analysis Summary)	39
3.8. Jadwal Penelitian.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	42
4.1.1. Profil Perusahaan	42
4.1.2. Visi & Misi Perusahaan	45
4.1.3. Logo Perusahaan	46
4.1.4. Struktur Perusahaan	46
4.1.5. Deskripsi Kartu By. U.....	46
4.2. Analisis Hasil Penelitian	49
4.2.1. Identitas Informan	49
4.2.2. Wawancara Dengan Informan.....	50
4.2.3. Analisis SWOT	56
4.3. Analisis Faktor Matriks IFAS dan EFAS.....	61
4.3.1. Faktor Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)	61
4.3.2. Faktor Matriks EFAS (External Factor Analysis Summary)	63
4.3.3. Diagram SWOT	65
4.3.4. Matriks Alternatif Strategi SWOT	68
4.4. Pembahasan.....	71
4.4.1. Strategi Bauran Pemasaran (4P) Kartu By. U	71
4.4.2. Data Penjualan Kartu By, U.....	75
4.4.3. Perbandingan Hasil Penelitian Pada PT Telekomunikasi Selular....	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1. Kesimpulan.....	83
5.2. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Jumlah Penyelenggara Jasa Internet Tahun 2020 - 2024	4
Gambar 1.2. Jumlah Pelanggan Internet Service Provider dan Komposisi	4
Gambar 2.1. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 4P	15
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	24
Gambar 3.1 Komponen Analisis Data Model Interaktif	34
Gambar 3.2 Diagram Analisis SWOT	36
Gambar 4.1. Logo Perusahaan	46
Gambar 4.2. Struktur Organisasi PT. TELKOMSEL Surabaya	46
Gambar 4.3 Diagram Matriks SWOT	67
Gambar 4.4 Grafik Penjualan.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Penjualan PT Telekomunikasi Selular Surabaya 2024 - 2025	5
Tabel 3.1 EFAS	38
Tabel 3.2 IFAS.....	40
Tabel 3.3 Waktu Penelitian.....	41
Tabel 4.1 Identitas Informan.....	49
Tabel 4.2. Matriks IFAS	61
Tabel 4.3 Matriks EFAS	63
Tabel 4.4. Total Skor Faktor Strategi Internal dan Eksternal	65
Tabel 4.5 Matriks Alternatif Strategi SWOT	68
Tabel 4.6 Perbandingan Hasil Penelitian Pada PT Telekomunikasi Selular	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pertanyaan dan Jawaban Wawancara	88
Lampiran 2. Dokumentasi	111
Lampiran 3. Plagiasi	113
Lampiran 4. Surat Keterangan Bebas Plagiasi	114
Lampiran 5. Letter Of Accepted Jurnal	115

ABSTRAK

Assyaffa Maulida, 2026. Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Kartu By.U Pada PT Telekomunikasi Selular Surabaya. Skripsi, Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi bauran pemasaran yang efektif diterapkan oleh PT Telekomunikasi Selular Surabaya dalam meningkatkan penjualan kartu perdana by.U. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap informan (supervisor, karyawan, dan konsumen), observasi, serta dokumentasi. Analisis data menggunakan model interaktif dan analisis SWOT dengan instrumen matriks IFAS serta EFAS untuk menentukan posisi strategis perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen bauran pemasaran 4P (produk, harga, tempat, dan promosi) memiliki peran signifikan dalam memengaruhi volume penjualan. Produk by.U menawarkan fleksibilitas layanan digital penuh melalui aplikasi dengan fitur unggulan *Life On* (tanpa masa aktif). Strategi harga yang diterapkan bersifat transparan dan kompetitif bagi semen generasi muda. Distribusi dilakukan secara digital melalui aplikasi dengan pengiriman langsung ke konsumen. Promosi difokuskan pada konten kreatif di media sosial (Instagram, Tiktok, Youtube) serta kegiatan langsung seperti by.U Goes to School, kampus dan event komunitas. Berdasarkan analisis SWOT, perusahaan berada pada Kuadran I (Agresif) dengan nilai koordinat (1,60 ; 1,37), yang mengindikasikan adanya kekuatan internal yang besar untuk memanfaatkan peluang pasar yang luas. Meskipun demikian, data penjualan periode 2019 hingga 2025 masih menunjukkan fluktuasi yang dipengaruhi oleh pandemi, persaingan harga dari kompetitor, dan kejenuhan pasar. Kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi bauran pemasaran yang diterapkan sudah cukup efektif, namun belum optimal dalam menjaga stabilitas penjualan secara konsisten. Perusahaan disarankan memperkuat strategi retensi pelanggan melalui program loyalitas.

Kata kunci : Bauran pemasaran, Analisis SWOT, Penjualan by.U

ABSTRACT

Assyaffa Maulida, 2026. Analysis of Marketing Mix Strategy in Increasing the Sales of By.U Starter Packs at PT Telekomunikasi Selular Surabaya. Undergraduate Thesis, Business Administration Study program, Faculty of Social, Cultural, and Political Sciences, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

This study aims to determine and analyze the effective marketing mix strategies implemented by PT Telekomunikasi Selular Surabaya in increasing the sales of by.U starter packs. The research employs a descriptive method with a qualitative approach. Data collection techniques include in-depth interviews with informants (supervisors, employees, and consumers), observation, and documentation. Data analysis is conducted using the interactive model and SWOT analysis, utilizing IFAS and EFAS matrices to determine the company's strategic position. The results indicate that the 4P marketing mix elements (product, price, place, and promotion) play a significant role in influencing sales volume. By.U offers full digital service flexibility through an application featuring the “Life On” characteristic (no active period). The pricing strategy is transparent and competitive, specifically targeting the youth segment. Distribution is managed digitally via the application with direct delivery to the consumers. Promotion focuses on creative content across social media platforms (Instagram, TikTok, YouTube) as well as direct activities such as by.U Goes to School, campus visits, and community events. Based on the SWOT analysis, the company is positioned in Quadrant I (Aggressive) with coordinate values of (1.60 ; 1.37), indicating substantial internal strengths to capitalize on vast market opportunities. Nevertheless, sales data from the 2019-2025 period still exhibit fluctuations influenced by the pandemic, price competition from rivals, and market saturation. The study concludes that the implemented marketing mix strategy has been quite effective but remains suboptimal in maintaining consistent sales stability. It is recommended that the company strengthens its customer retention strategies through loyalty programs.

Keywords: Marketing Mix, SWOT Analysis, By.U Sales.