

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN DIMASA NEW NORMAL DI PROBOLINGGO**

**(Studi Kasus Pada Industri Abon Hj. Sun)**

**SKRIPSI**



Oleh :

**MUHAMMAD SOFYAN**

**NPM. 1642010061**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN RISET DAN TEKNOLOGI**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**SURABAYA**

**2022**

**LEMBAR PERSTUJUAN**  
**STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN**  
**PENJUALAN DIMASA NEW NORMAL DI PROBOLINGGO**

**(Studi Kasus Pada Industri Abon Hj. Sun)**

**Disusun Oleh:**

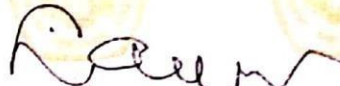
**MUHAMMAD SOFYAN**

**NPM. 1642010061**

**Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi:**

**Menyetujui,**

**PEMBIMBING**



**Dra. Lia Nirawati, M.Si**

**NIP. 196009241993032001**

**Mengetahui,**

**DEKAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



**Dr. Drs. Eca Gusnut Sukarno, MS, CHRA**

**NIP. 195907011987031001**

## LEMBAR PENGESAHAN

### STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DIMASA NEW NORMAL DI PROBOLINGGO

(Studi Kasus Pada Industri Abon Hj. Sun)

Disusun Oleh :

**MUHAMMAD SOFYAN**

**NPM. 1642010061**

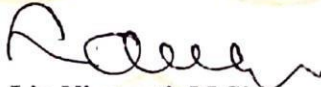
Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Tanggal 26 Agustus 2022

Menyetujui,

**PEMBIMBING UTAMA**



**Dra. Lia Nirawati, M.Si**  
**196009241993032001**

**TIM PENGUJI**

1. Ketua



**Ir. Lisa Sulistyawati, MM**  
**195802231987032001**

2. Sekretaris



**Dr. Acep Samsudin, S.Sos, M.A**  
**21119771204337**

3. Anggota



**Dra. Lia Nirawati, M.Si**  
**196009241993032001**

Mengetahui,

**DEKAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



**Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, Ms. CHRA**  
**NIP. 195907011987031001**



## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : MUHAMMAD SOFYAN  
NIM : 1642010061  
Fakultas /Program Studi : FISIP / ADMINISTRASI BISNIS  
Judul Skripsi/Tugas Akhir/  
Tesis/Desertasi : STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM  
MENINGKATKAN PENJUALAN DIMASA NEW  
NORMAL DI PROBOLINGGO (Studi Kasus Pada Industri  
Abon Hj. Sun)

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 diinstitusi 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 di setujui 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.

Pernyataan 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, 30 September 2022



**MUHAMMAD SOFYAN**

**1642010061**

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini tepat pada waktunya. Walaupun hasilnya masih jauh dari apa yang menjadi harapan pembimbing. Namun sebagai awal pembelajaran dan agar menambah spirit dalam mencari pengetahuan yang luas di lapangan. Penyusunan skripsi dilaksanakan untuk memenuhi tugas akhir. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari ibu Dra. Lia Nirawati, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan perhatian dan kesabaran meluangkan waktu untuk peneliti.

Terimakasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam penyelesaian ini, diantaranya :

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS., CHRA Selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ( FISIP ) Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si., selaku koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Ibu dosen Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Seluruh karyawan dan staff ABON HJ. SUN terutama Mas Toni yang berkenan memberikan waktu sebagai informan di lapangan.
5. Orang tua dan Keluarga yang telah memberi kesempatan dan dukungan hingga penulis mendapatkan gelar Sarjana.
6. Rekan – rekan Administrasi Bisnis yang telah memberi semangat dan waktunya untuk membantu menyelesaikan skripsi ini.

Tanpa bimbingan dari beliau mungkin penulis tidak akan dapat menyelesaikan tugas ini sesuai dengan format yang berlaku. penulis menyadari dalam laporan skripsi ini masih banyak kekurangan, hal ini disebabkan terbatasnya kemampuan, pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu perlu adanya kritik dan saran dari pihak pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Surabaya, September 2022

Penulis

## ABSTRAK

### MUHAMMAD SOFYAN, 1642010061, STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DIMASA NEW NORMAL DI PROBOLINGGO (Studi Kasus Pada industri Abon Hj. Sun)

Persaingan usaha yang semakin ketat di era globalisasi harus disikapi oleh para pelaku bisnis/usaha dengan menerapkan langkah-langkah strategis bagi kelangsungan usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Strategi Pemasaran industri Abon Hj. Sun guna meningkatkan penjualan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif-deskriptif dengan menggunakan *SWOT Analysis*. Untuk memperjelas metode yang akan diterapkan berupa studi deskriptif dengan tujuan untuk menggambarkan realita sosial yang kompleks dengan menerapkan konsep-konsep teori yang telah ada. Realita soisal yang dipelajari dititik beratkan pada strategi pemasaran industri Abon Hj. Sun. Berdasarkan Diagram Analisis SWOT Abon Hj. Sun berada pada posisi Kuadran I. Pada kondisi ini mendukung perusahaan untuk menerapkan Strategi Pertumbuhan yang Agresif (*Growth Oriented Strategy*). Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti, maka rekomendasi Strategi Agresif yang dapat dijalankan oleh Abon Hj. Sun adalah dengan melakukan promosi online dengan memanfaatkan semua marketplace yang ada seperti TikTok shop, ataupun marketplace lain yang selama ini belum di jajaki oleh Abon Hj. Sun untuk memperbesar pertumbuhan serta memperluas jangkauan pasar Abon Hj. Sun. Dalam penelitian, industri Abon Hj. Sun menggunakan bauran 4P yang terdiri dari produk (*product*) yang menawarkan produk abon yang berkualitas dan memiliki 3 varian. Harga (*price*) yang ditawarkan relatif murah dan dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Promosi (*promotion*) dilakukan melalui offline dan online dengan membuat akun di media social dan marketplace. Tempat (*place*) yang dimiliki industri Abon Hj. Sun kurang strategis maka strategi yang digunakan yaitu bermitra dengan koperasi dan juga swalayan dengan cara menitipkan produknya.

**kata kunci :** Strategi pemasaran. SWOT

# **ABSTRACT**

**MUHAMMAD SOFYAN, 1642010061, MARKETING MIX STRATEGY TO INCREASE  
SALES IN THE NEW NORMAL TIME IN PROBOLINGGO  
(Case Study on Hj. Sun's Abon Industry)**

The increasingly fierce business competition in the era of globalization must be addressed by business actors/businesses by implementing strategic steps for the continuity of their business. This study aims to determine and analyze the Marketing Strategy of the Abon Hj industry. Sun to increase sales. The method used in this study is a qualitative-descriptive method using SWOT analysis. To clarify the method to be applied in the form of a descriptive study with the aim of describing complex social realities by applying existing theoretical concepts. The social reality studied is focused on the industrial marketing strategy of Abon Hj. Sun. Based on the SWOT Analysis Diagram, Abon Hj. Sun is in Quadrant I position. In this condition it supports the company to implement an Aggressive Growth Strategy (Growth Oriented Strategy). Based on the results of the analysis conducted by researchers, the recommendations for Aggressive Strategies that can be carried out by Abon Hj. Sun is to do online promotions by utilizing all existing marketplaces such as the TikTok shop, or other marketplaces that Abon Hj has not explored so far. Sun to increase growth and expand market reach Abon Hj. Sun. In research, the shredded industry Hj. Sun uses a 4P mix consisting of products that offer quality shredded products and have 3 variants. The price offered is relatively cheap and can be reached by all levels of society. Promotions are carried out offline and online by creating accounts on social media and marketplaces. A place owned by the Abon industry Hj. Sun is not strategic, so the strategy used is partnering with cooperatives and supermarkets by entrusting their products.

**Keywords :** Marketing strategy. SWOT



# DAFTAR ISI

LEMBAR PERSTUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT .....	iv
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL .....	viii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Landasan Teori .....	13
2.2.1 Strategi .....	13
2.2.2 Pemasaran.....	16
2.2.3 Bauran Pemasaran (4P).....	21
2.2.4 UMKM.....	27
2.3 Analisis SWOT .....	30
2.4 Penjualan .....	31
2.5 Kerangka Berfikir .....	32
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	34
3.2 Lokasi Penelitian.....	36
3.3 Jenis Data, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	36

3.3.1	Jenis Data .....	36
3.3.2	Sumber Data .....	36
3.3.3	Informan Penelitian.....	36
3.3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.3.5	Uji Keabsahan Data .....	41
3.4	Teknik Analisis Data.....	41
3.4.1	Analisis Lingkungan Strategi .....	41
3.4.2	Matriks SWOT .....	45
<b>BAB 4</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
4.1	HASIL .....	47
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	47
4.1.2	Logo Perusahaan.....	48
4.1.3	Struktur Organisasi .....	49
4.1.4	Penyajian Data.....	50
4.1.5	Identitas Informan.....	56
4.1.6	Analisis Strategi Bauran Pemasaran .....	56
4.1.7	Analisis SWOT .....	59
4.1.8	Matrik IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Strategy</i> ) dan EFAS ( <i>Eksternal Factor Analysis Strategy</i> ).....	63
4.1.9	Diagram Analisis SWOT .....	68
4.2	Pembahasan .....	74
<b>BAB 5</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>81</b>
5.1	Kesimpulan.....	81
5.2	Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>83</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>85</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Data Produksi Abon .....	7
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir .....	32
Gambar 4.1 Logo industri Abon Hj. Sun .....	49
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Abon Hj. Sun.....	49
Gambar 4.3 Diagram Analisis SWOT .....	68

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel EFAS.....	43
Tabel 3.2 Tabel IFAS.....	44
Tabel 3.3 Tabel Matrik SWOT.....	46
Tabel 4.1 Penyajian Data.....	50
Tabel 4.2 Volume penjualan.....	55
Tabel 4.3 Analisis SWOT.....	59
Tabel 4.4 IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Strategy</i> ).....	63
Tabel 4.5 EFAS ( <i>Eksternal Factor Analysis Factor</i> ).....	65
Tabel 4.6 Rumusan Strategi Matrik SWOT.....	69
Tabel 4.7 Perencanaan Kombinasi Strategi Matrik SWOT.....	70
Tabel 4.8 Matrik SWOT.....	71
Tabel 4.9 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	77

