

**PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN YANG TEPAT BAGI
PERUSAHAAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN PADA PT. HIKMAH CIPTA PERKASA JAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat Dalam Mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)**



Disusun Oleh:

Nama : Tegar Wahyu Kusuma

Nim : 11211022

Pembimbing : Sandi Eka Suprajang, SE, MM

**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI KUSUMA NEGARA
BLITAR**

2015

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini dosen pembimbing dari,

Nama : Tegar Wahyu Kusuma

NIM : 11211022

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi:

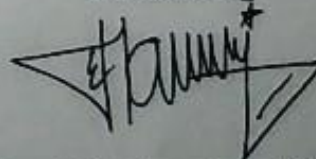
**PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN YANG TEPAT BAGI
PERUSAHAAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
PADA PT. HIKMAH CIPTA PERKASA JAKARTA**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini telah melalui proses bimbingan sejak tanggal 28 Juni 2014 sampai dengan 10 Januari 2015 dan memberikan persetujuan atas skripsi ini untuk diuji di depan dewan penguji skripsi.

Demikian persetujuan ini saya berikan sebagai syarat untuk mengikuti Ujian Komprehensif bagi mahasiswa yang tersebut diatas.

Blitar, 12 Januari 2015

Pembimbing



Sandi Eka Suprajang, SE, MM

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini dosen pembimbing dari,

Nama : Tegar Wahyu Kusuma

NIM : 11211022

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi:

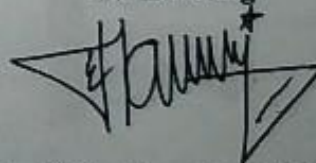
PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN YANG TEPAT BAGI PERUSAHAAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT. HIKMAH CIPTA PERKASA JAKARTA

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini telah melalui proses bimbingan sejak tanggal 28 Juni 2014 sampai dengan 10 Januari 2015 dan memberikan persetujuan atas skripsi ini untuk diuji di depan dewan penguju skripsi.

Demikian persetujuan ini saya berikan sebagai syarat untuk mengikuti Ujian Komprehensif bagi mahasiswa yang tersebut diatas.

Blitar, 12 Januari 2015

Pembimbing



Sandi Eka Suprajang, SE, MM

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Tegar Wahyu Kusuma

NIM : 11211022

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN YANG TEPAT BAGI PERUSAHAAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT HIKMAH CIPTA PERKASA JAKARTA

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya.

Apabila ternyata di kemudian hari penulisan ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan

Blitar, Januari 2015

Penulis



Tegar Wahyu Kusuma

PT. Hikmah Cipta Perkasa

Jalan Kayu Putih Selatan No. 45 Jakarta Timur

SURAT KETERANGAN

Nomor 027/ket. Pnl1/XII/2014

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Yunus

Jabatan : Marketing manager

Menerangkan bahwa:

Nama : Tegar Wahyu Kusuma

Nim : 11211022

Jurusan : Manajemen

Telah melakukan penelitian guna penyusunan skripsi di perusahaan kami, dengan judul: "Penerapan Strategi Pemasaran Yang Tepat Bagi Perusahaan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Hikmah Cipta Perkasa Jakarta" Mulai tanggal 6 Oktober 2014 sampai dengan tanggal 6 Desember 2014

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 8 Desember 2014

PT. Hikmah Cipta Perkasa


PT. Hikmah Cipta Perkasa

Yunus

Marketing Manager

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

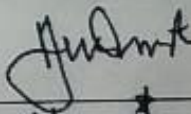

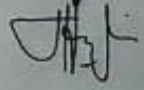
PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN YANG TEPAT BAGI PERUSAHAAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT. HIKMAH CIPTA PERKASA JAKARTA

Yang disusun oleh :

Nama : **Tegar Wahyu Kusuma**
NIM : 11211022
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen

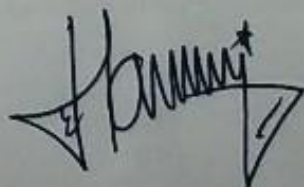
Telah diuji dan dinyatakan lulus pada 16 Februari 2015

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

No	Nama	Kedudukan	Tanda Tangan
1	Yudhanta .S, SE., Msi., Ak	Penguji I	
2	Sandi Eka Suprajang, SE., MM	Penguji II	
3	Siti Sunrowiyati, SE., MM	Penguji III	

Mengetahui,

Pembimbing



(Sandi Eka Suprajang, SE, MM)

Ketua Program Studi Manajemen




(Sandi Eka Suprajang, SE, MM)

ABSTRAKSI

PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN YANG TEPAT BAGI PERUSAHAAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PT. HIKMAH CIPTA PERKASA JAKARTA

Tegar Wahyu Kusuma – 11211022

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, SWOT

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia mendorong tumbuh kembangnya sektor industri dan perdagangan. Kondisi tersebut menimbulkan persaingan yang ketat diantara perusahaan-perusahaan sejenis, yang menuntut perusahaan untuk menerapkan strategi yang tepat, guna mempertahankan kelangsungan hidupnya. Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang penyalur, yang sekaligus juga perusahaan pemasaran obat, minuman suplemen, alat kecantikan dan kosmetik, perusahaan juga mengalami tekanan dari kompetitornya yang mengakibatkan volume penjualannya menurun.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki perusahaan, dimana analisis yang dihasilkan dapat dipergunakan oleh perusahaan untuk menetapkan strategi pemasaran yang tepat dalam upaya meningkatkan volume penjualan.

Teknik analisa data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah analisa SWOT dan dibantu dengan diagram SWOT untuk menentukan strateginya.

Dari penelitian ini diperoleh hasil *Internal Factor Analysis Summary* $S > W$ ($1,50 > 1,11$) yang menunjukkan bahwa kekuatan perusahaan lebih besar dibanding dengan kelemahannya. Sedangkan dari hasil *External Factor Analysis Summary* adalah $O < T$ ($1,38 < 1,45$) yang menunjukkan bahwa ancaman lebih besar dari peluang yang ada. Pilihan strategis adalah S dan T, dimana S berupa kekuatan sebesar 1,50 dan T berupa ancaman sebesar 1,45, Sehingga pada diagram SWOT strategi S dan T terletak pada Kuadran II (deversifikasi strategi), yang artinya kekuatan perusahaan dalam kondisi prima, namun faktor ancamannya juga besar. Sehingga untuk dapat menguasai pasar, perusahaan harus segera merubah strategi, agar volume penjualannya dapat meningkat seperti yang diharapkan, dan perusahaan dapat bertahan hidup dan berkembang diwaktu yang akan datang.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat serta karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang dengan judul” **Penerapan Strategi Pemasaran Yang Tepat Bagi Perusahaan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Hikmah Cipta Perkasa Jakarta**”, yang penulis susun guna melengkapi sebagian syarat dalam penyelesaian Program Studi Strata 1 Pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.

Terselesaikannya penulisan skripsi ini tidak lepas dari peran serta dari pihak-pihak yang telah membantu penulis dengan memberikan bimbingan, arahan dan dukungan baik secara moral maupun materil kepada penulis hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini, untuk itu tak lupa penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Iwan Setya Putra, SE, AK, MM, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.
2. Bapak Sandi Eka Suprajang, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Dosen Pembimbing, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar
3. Bapak serta Ibu Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar
4. Bapak Hans Cipta Pelawi Selaku pimpinan PT. Hikmah Cipta Perkasa Jakarta, atas berkenan telah memberikan tempat penelitian kepada penulis
5. Seluruh karyawan PT. Hikmah Cipta Perkasa Jakarta yang telah banyak membantu penulis selama melakukan penelitian

6. Orang tua penulis yang senantiasa memberikan dukungan, perhatian, serta doa restu
7. Teman-teman mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam penulisan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebut satu persatu

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Untuk itu penulis membuka diri untuk menerima kritik yang membangun. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, sebagai tambahan pengetahuan. Terima kasih

Blitar, Januari 2015

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Skripsi	ii
Halaman Pernyataan Keaslian	iii
Halaman Pengesahan	iv
Abstraksi	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Permasalahan	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Hasil Penelitian Terdahulu	8
B. Pengertian Strategi Pemasaran	10
C. Pengertian Penjualan	18
D. Volume Penjualan	21
E. Faktor Lingkungan Eksternal	22
F. Faktor Lingkungan Internal	28
G. Kinerja Keuangan Penjualan Dan Profitabilitas	29

	H. Menuju Ke Analisis.....	32
	I. Analisis SWOT	34
	J. Hubungan Analisis SWOT Dengan Strategi Pemasaran	39
	K. Hubungan Antar Variabel Penelitian	41
BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Definisi Operasional Variabel	42
	B. Populasi Dan Sampel Penelitian	46
	C. Jenis Penelitian	47
	D. Metode Pengumpulan Data	48
	E. Teknik Analisa Data.....	49
	F. Waktu Dan Tempat Penelitian	50
BAB IV	Analisa Data Dan Pembahasan	
	A. Gambaran Umum Perusahaan	51
	B. Analisa Data	54
	C. Pembahasan	69
BAB V	Kesimpulan Dan Saran	
	A. Kesimpulan	72
	B. Saran	73
	Daftar Pustaka.....	75
	Lampiran	77

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Pembobotan SWOT	55
Tabel 4.2 Rating SWOT	56
Tabel 4.3 Input Data Primer.....	57
Tabel 4.4 Tingkat Kesesuaian Penilaian Intenal Dan Eksternal	58
Tabel 4.5 Penilaian Internal Dan Eksternal	59
Tabel 4.6 IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>).....	62
Tabel 4.7 EFAS (<i>External Factor Analysis Summary</i>).....	64
Tabel 4.8 Matrik SWOT	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT	35
Gambar 2.2 Diagram Matrik SWOT	37
Gambar 2.3 Proses Perencanaa Strategi Pemasaran	40
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	54
Gambar 4.2 Diagram Analisis SWOT	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Lembar Wawancara Terstruktur	77
----------	------------------------------------	----