

**PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN MELALUI STRATEGI
PEMASARAN YANG TEPAT DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS
SWOT PADA CV SURYA MODERN BAKERY
LODOYO**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

Nama : Yusnia Puspitasari
NIM : 14211048
Pembimbing : Rony Ika Setiawan,SE.,MM

JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI KESUMA NEGARA
BLITAR
2018

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini dosen pembimbing dari,

Nama : Yusnia Puspitasari

NIM : 14211048

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

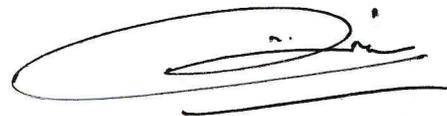
**Peningkatan Volume Penjualan Melalui Strategi Pemasaran Yang Tepat
Dengan Menggunakan Analisis SWOT (Studi Pada CV Surya Modern
Bakery, Lodoyo)**

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi ini telah melalui proses bimbingan pada tanggal 31 April 2018 sampai dengan 25 September 2018 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 mahasiswi yang tersebut diatas.

Blitar, 26 September 2018

Pembimbing



Rony Ika Setiawan,SE.,MM

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Nama : Yusnia Puspitasari
NIM : 14211048
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi :

Peningkatan Volume Penjualan Melalui Strategi Pemasaran Yang Tepat Dengan Menggunakan Analisis SWOT (Studi Pada CV Surya Modern Bakery, Lodoyo)

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

Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan 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, 26 September 2018

Penulis



Yusnia Puspitasari

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dermawan

Jabatan : Direktur

Perusahaan : CV Surya Modern Bakery, Lodoyo

Alamat : Jl. Puntodewo No.11 Kecamatan Sutojayan, Kabupaten Blitar

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Yusnia Puspitasari

NIM : 14211048

Jurusan : Manajemen

Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar

Telah melakukan penelitian di perusahaan kami dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN MELALUI STRATEGI PEMASARAN YANG TEPAT DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT (STUDI PADA CV SURYA MODERN BAKERY LODOYO)

Sejak tanggal 9 Mei 2018 sampai dengan tanggal 30 Agustus 2018, dan telah membahas materi hasil penelitiannya dengan kami.

Blitar, 26 September 2018

Direktur



Dermawan



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN MELALUI STRATEGI PEMASARAN YANG TEPAT DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT PADA CV SURYA MODERN BAKERY LODOYO

Yang disusun oleh:

Nama : Yusnia Puspitasari

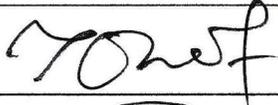
NIM : 14211048

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen

Telah diuji dan dinyatakan lulus pada 24 Oktober 2018

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

NO	NAMA	KEDUDUKAN	TANDA TANGAN
1	Iwan Setya Putra, SE.,AK.,MM	PENGUJI I	
2	Rony Ika Setiawan, SE.,MM	PENGUJI II	
3	Sandi Eka Suprajang, SE.,MM	PENGUJI III	

Blitar, 21 Desember 2018

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



(Tanto Askriandoko Putro, SE., MM)

Ketua Dewan Penguji



(Iwan Setya Putra, SE., AK., MM)

ABSTRAKSI

PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN MELALUI STRATEGI PEMASARAN YANG TEPAT DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT

Yusnia Puspitasari – 14211048

Kata Kunci : penjualan, strategi pemasaran, SWOT

Permasalahan yang saat ini dihadapi oleh CV Surya Modern Bakery adalah adanya perusahaan pesaing yang menjual produk yang sama dengan harga yang lebih murah. Akibatnya mengalami penurunan penjualan roti yang membuat jumlah laba yang diperoleh menurun. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peningkatan volume penjualan melalui strategi pemasaran yang tepat dengan menggunakan analisis SWOT. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif.

Hasil analisis IFAS dan EFAS, IFAS diperoleh hasil bahwa $S > W$ ($1,87 > 1,63$) artinya kekuatan perusahaan lebih besar dari pada kelemahan perusahaan. EFAS diperoleh hasil perhitungan bahwa untuk $O < T$ ($1,44 < 1,56$) artinya ancaman lebih besar daripada kesempatan. Strategis yang dipilih adalah pada strategi S dan T mempunyai kelebihan S yaitu kekuatan sebesar 1,87 dan T yaitu ancaman sebesar 1,56. Pada diagram swot strategi S dan O terletak pada kuadran II, yaitu menggunakan kekuatan CV Surya Modern Bakery untuk menghadapi ancaman yang ada dengan menggunakan strategi Diversifikasi Strategi. Strategi yang dapat diterapkan oleh CV Surya Modern Bakery adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar) atau Diferensiasi pasar dengan melakukan: diferensiasi produk, diferensiasi pelayanan, diferensiasi personil, dan diferensiasi saluran distribusi yang selama ini dilakukan oleh CV Surya Modern Bakery.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah subbanahu wa ta'ala yang selalu memberikan kesehatan dan berkat yang berkelimpahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ***“Peningkatan Volume Penjualan Melalui Strategi Pemasaran Yang Tepat Dengan Menggunakan Analisis SWOT Pada CV Surya Modern Bakery Lodoyo”*** skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada STIE Kesuma Negara Blitar.

Penulis menyadari tanpa adanya dukungan, petunjuk, bimbingan serta bantuan berbagai pihak penulisan skripsi ini tidak dapat terselesaikan sebagaimana yang diharapkan, maka tidaklah berlebih dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Iwan Setya Putra SE, Ak, MM. Selaku ketua lembaga STIE Kesuma Negara Blitar.
2. Bapak Rony Ika Setiawan SE.,MM. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan semangat bagi penulis sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan maksimal.
3. Bapak Dermawan sebagai pemilik yang telah memperkenankan penulis meneliti di CV Surya Modern Bakery.
4. Saudara Bapak Endro sebagai manajer yang membantu memberikan informasi di CV Surya Modern Bakery Lodoyo.
5. Kepada seluruh karyawan CV Surya Modern Bakery Lodoyo.
6. Kepada seluruh pengajar dan staf karyawan STIE Kesuma negara Blitar.

7. Kepada keluarga besar penulis yang tersayang, Bapak HUSNI dan Ibu YULISTRANI sebagai orang tua serta sahabat yang terhebat dan keluarga besar yang lainnya yang selalu memberikan doa dan nasihat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Kepada Gizela Oka Siwi yang selalu mendampingi memberikan semangat kepada penulis.
9. Kepada sahabat dan teman-teman penulis yaitu geng cabe puyang yang telah bersedia bertukar pendapat, memberikan masukan dan saran kepada penulis dalam penulisan skripsi.

Tentunya masih banyak lagi sahabat dan pihak-pihak yang membantu penulis serta memberikan dukungan kepada penulis dalam pembuatan skripsi ini, sehingga tidak mungkin penulis sebutkan satu per satu. Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya. Tanpa adanya mereka penulis tidak dapat mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu penulis berharap adanya saran dan kritikan dari pembaca skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Blitar, 26 September 2018
Penulis

Yusnia Puspitasari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT KETERANGAN PENELITIAN	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I : PENDAHULUAN	
A Latar Belakang Masalah	1
B Permasalahan	7
C Rumusan Masalah	8
D Tujuan Penelitian	8
E Kegunaan Penelitian	9
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Volume Penjualan	17
C. Pemasaran	19
D. Konsep Pemasaran	20
E. Tujuan Pemasaran	21
F. Fungsi Pemasaran	22
G. Manajemen Strategi	23
H. Tujuan Manajemen Strategi	25
I. Tahapan Manajemen Strategi	26
J. Teori Strategi	27
K. Strategi Pemasaran	33
L. Konsep Strategi Pemasaran	40
M. Manfaat Strategi Pemasaran	41
N. Jenis-Jenis Pemasaran	42
O. Analisis SWOT	43
P. Fungsi SWOT	49
Q. Matrik SWOT	49
R. Matrik IFAS	51
S. Matrik EFAS	52
T. Hubungan Antara Volume Penjualan Terhadap Strategi Pemasaran Dengan Analisis SWOT	53
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Waktu Dan Tempat Penelitian	55
B. Jenis Penelitian	55
C. Definisi Operasional Variabel	56
D. Populasi Penelitian Dan Sampel	56
E. Metode Pengumpulan Data	57

F. Teknik Analisa Data	58
BAB IV : ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Data Perusahaan	61
B. Hasil Analisis Data	67
C. Pembahasan	76
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	79
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81

DAFTAR TABEL

Tabel 4 1	Pernyataan SWOT	68
Tabel 4 2	Hasil Kuesioner Internal Dan Eksternal	69
Tabel 4 3	Tingkat Kesesuaian Penilaian Internal Dan Eksternal	71
Tabel 4 4	Penilaian Internal Dan Eksternal	72
Tabel 4 5	IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>)	74
Tabel 4 6	EFAS (<i>External Factor Analysis Summary</i>)	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 :	Struktur Organisasi	65
Gambar 4.2 :	Diagram Analisis SWOT	76