

**STRATEGI PEMASARAN GUNA MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN DAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA UD. PRIMA TULUNGAGUNG**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat Dalam Mencapai
Gelar Sarjana Strata Satu (S1)**



Disusun Oleh:

Nama : Erlyha Noviyanti

NIM : 11211007

Pembimbing: Sandi Eka Suprajang, SE.,MM

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

2015

Motto dan Persembahan

“Orang menciptakan kesuksesan mereka sendiri dengan mempelajari apa yang perlu dipelajari lalu mempraktekannya sampai mereka menjadi ahli dalam bidang itu”

“Ilmu pengetahuan tanpa agama adalah cacat, dan agama tanpa ilmu pengetahuan adalah buta”
(Albert Einstein)

Kupersembahkan karya tulis ilmiah ini teruntuk:

- ↳ Ayahanda (Samsul N)*
- ↳ Ibunda (Mahmudah)*
- ↳ Adik tercinta (Nesty K.S)*
- ↳ Orang yang memotivasiku*
- ↳ Almamater ku*

Tak Lupa juga ucapan terima kasih kepada teman-teman seperjuangan ikha, isha, devi, riska, ria, roby, irfan taufik, dana, tegar, hendri, arik serta taufiq rahman

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini dosen pembimbing dari,

Nama : Erlyha Noviyanti
NIM : 11211007
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

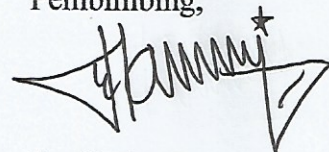
**STRATEGI PEMASARAN GUNA MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UD. PRIMA
TULUNGAGUNG**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini telah melalui proses bimbingan sejak tanggal 5 Oktober 2014 sampai dengan 27 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 bersangkutan tersebut diatas.

Blitar, 27 Januari 2015

Pembimbing,



Saudi Eka Suprajang, SE.,MM

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Erlyha Noviyanti

NIM : 11211007

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi:

**STRATEGI PEMASARAN GUNA MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UD. PRIMA
TULUNGAGUNG**

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 Skripsi 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.

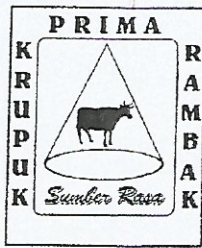
Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Blitar, 27 Januari 2015

Penulis,



(Erlyha Noviyanti)



UD. PRIMA

Dsn. Sembung Ds. Sembung Tulungagung

No. Telp (0355) 324529

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini pimpinan UD. Prima menerangkan bahwa mahasiswi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar dibawah ini:

Nama : Erlyha Noviyanti

NIM : 11211007

Jurusan : Manajemen

Benar-benar telah melaksanakan penelitian di UD. Prima Tulungagung yang berlokasi di Dsn. Sembung RT 02 RW 03, Ds. Sembung, Tulungagung mulai tanggal 15 September 2014 sampai 14 November 2014.

Dengan mengambil judul "*Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Volume Penjualan dan Keputusan Pembelian pada UD. Prima Tulungagung*".

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dipergunakan sesuai keperluan yang bersangkutan.

Tulungagung, 14 November 2014

Pimpinan
KRUPUK RUMAH KUBUR KEBAB
PRIMA

Yudi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

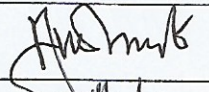
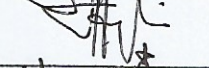
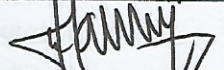
**STRATEGI PEMASARAN GUNA MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UD. PRIMA
TULUNGAGUNG**

Yang disusun oleh :

Nama : Erlyha Noviyanti
NIM : 11211007
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. Kresnha, SE.,MSi.,Ak | Penguji 1 |  |
| 2. | Siti Sunrowiyati, SE.,MM | Penguji 2 |  |
| 3. | Sandi Eka Suprajang, SE.,MM | Penguji 3 |  |

Mengetahui,

Pembimbing



(Sandi Eka Suprajang, SE.,MM)

Ketua Program Studi Manajemen



(Sandi Eka Suprajang, SE.,MM)

ABSTRAKSI

STRATEGI PEMASARAN GUNA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UD. PRIMA TULUNGAGUNG

ERLYHA NOVIYANTI - 11211007

Kata kunci : Strategi pemasaran, Volume penjualan, Keputusan pembelian

UD. Prima merupakan perusahaan yang bergerak dibidang produksi krupuk rambak, yang didirikan pada tahun 2001. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui rumusan strategi pemasaran yang tepat guna meningkatkan volume penjualan dan keputusan pembelian pada UD. Prima Tulungagung. Data dikumpulkan dengan metode observasi, dokumentasi serta wawancara dan dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT membantu perusahaan dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang berpengaruh pada strategi perusahaan.

Dari hasil analisis SWOT didapatkan hasil skor total EFAS sebesar 2.55 dan skor total IFAS 2.75. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa UD. Prima berada pada sel 1, yaitu mendukung strategi yang agresif. Strategi yang dapat ditempuh ialah strategi pertumbuhan dengan cara meningkatkan laba dari hasil penjualan, pangsa pasar yang dikuasai dengan melakukan penetrasi pasar serta jumlah pelanggan dengan memanfaatkan potensi yang dimiliki.

ABSTRACT

UD. Prima is a company engaged in the production of crackers rambak, which was founded in 2001. This study aims to determine the exact formulation of marketing strategies in order to increase the volume of sales and purchasing decision on UD. Prima. Data collected by observation, documentation, and interviews and analyzed using SWOT analysis. SWOT analysis helps companies to identify strengths, weakness, opportunities and threats that affect the company's strategy.

SWOT analysis of the results showed a total score amounting EFAS 2.55 and IFAS total score 2.75. Thus it can be concluded that UD. Prima is in cell 1, which supports an aggressive strategy. Strategy that can be reached is that the strategy of growth by increasing the profit from sale, the market share held by penetrating the market as well as the number of customers by utilizing its potential.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Assalamu'alaikumWr.Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “**Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Volume Penjualan Dan Keputusan Pembelian Pada UD. Prima Tulungagung**”.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang ikut andil didalamnya. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Iwan Setya Putra, SE.,MM.,Ak selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Blitar.
2. Bapak Sandi EkaSuprajang, SE.,MM selaku ketua program studi manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar dan selaku dosen pembimbing saya yang telah memberikan banyak pengarahan.
3. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.
4. Orang tua serta keluarga besar yang sudah memberikan dukungan serta motivasi kepada penulis.

5. Pimpinan UD. Prima yang telah membantu dalam melakukan penelitian sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu.
6. Teman-teman mahasiswa dan mahasiswi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar khususnya jurusan manajemen.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu saran dan kritik penulis harapkan untuk perbaikan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak, Amin.

Wassalamu'alaikumWr.Wb

Blitar, 27 Januari 2015

Penulis

(Erlyha Noviyanti)

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| Halaman Judul..... | i |
| Halaman Persetujuan Skripsi | ii |
| Halaman Pernyataan Keaslian..... | iii |
| Halaman Pengesahan | iv |
| Abstraksi | v |
| Kata Pengantar | vi |
| Daftar Isi..... | viii |
| Daftar Tabel | xi |
| Daftar Gambar..... | xii |
| BAB 1 PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Permasalahan..... | 4 |
| C. Rumusan Masalah | 5 |
| D. Tujuan Penelitian | 5 |
| E. Kegunaan Penelitian..... | 6 |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| A. Penelitian Terdahulu | 7 |
| B. Teori Penelitian | 10 |
| 1. Pengertian Strategi | 10 |
| 2. Pengertian Pemasaran..... | 11 |
| 3. Pengertian Strategi Pemasaran | 11 |
| 4. Perumusan Strategi..... | 25 |

| | | |
|----------------|---------------------------------------|----|
| | 5. Pengertian Volume Penjualan | 35 |
| | 6. Perilaku Konsumen | 36 |
| | 7. Keputusan Pembelian..... | 39 |
| | C. Hubungan Antar Variabel | 42 |
| BAB III | METODE PENELITIAN | |
| | A. Definisi Operasional Variabel..... | 43 |
| | 1. Strategi Pemasaran..... | 43 |
| | 2. Volume Penjualan | 43 |
| | 3. Keputusan Pembelian..... | 43 |
| | B. Populasi dan Sampel | 43 |
| | C. Jenis Penelitian..... | 44 |
| | D. Metode Pengumpulan Data..... | 44 |
| | 1. Observasi..... | 44 |
| | 2. Dokumentasi | 45 |
| | 3. Wawancara..... | 45 |
| | E. Teknik Analisa Data..... | 45 |
| | 1. Analisis EFAS..... | 45 |
| | 2. Analisis IFAS | 46 |
| | 3. Matriks SWOT | 46 |
| | F. Waktu dan Tempat Penelitian | 46 |
| BAB IV | ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN | |
| | A. Data Perusahaan | 47 |
| | 1. Sejarah Singkat Perusahaan | 47 |

| | |
|--|----|
| 2. Visi dan Misi Perusahaan..... | 48 |
| 3. Struktur Organisasi | 49 |
| B. Hasil Analisa Data..... | 51 |
| 1. Analisis Lingkungan Eksternal | 51 |
| 2. Analisis Lingkungan Internal | 55 |
| C. Pembahasan..... | 58 |
| 1. Analisis EFAS..... | 58 |
| 2. Analisis IFAS | 59 |
| 3. Analisis SWOT | 61 |
| 4. Matriks SWOT | 63 |
| 5. Formulasi Strategi..... | 64 |
| 6. Implementasi Strategi | 65 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | |
| A. Kesimpulan | 66 |
| B. Saran..... | 67 |

Daftar Pustaka

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 2.1 Tabel EFAS..... | 27 |
| Tabel 2.2 Tabel IFAS..... | 30 |
| Tabel 2.3 Matriks TOWS..... | 34 |
| Tabel 4.1 Penjualan UD. Prima Tahun 2011-2013..... | 55 |
| Tabel 4.2 Matriks EFAS..... | 59 |
| Tabel 4.3 Matriks IFAS..... | 61 |
| Tabel 4.4 Matriks TOWS..... | 63 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 2.1 Langkah-Langkah Segmentasi | 18 |
| Gambar 2.2 Diagram Analisis SWOT | 32 |
| Gambar 2.3 Proses Keputusan Pembelian | 40 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi UD. Prima Tulungagung | 49 |
| Gambar 4.2 Diagram Analisis SWOT | 62 |