ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MEMAKSIMALKAN VOLUME PENJUALAN PADA UD. MEKAR SARI

SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

Nama	**: Sugeng Purnomo**
NIM	**: 12221030**
Pembimbing	**: Rony Ika Setiawan, SE, MM.**

JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI KESUMA NEGARA
BLITAR

2016

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini dosen pembimbing dari,

Nama	: Sugeng Purnomo
NIM	: 12221030
Jurusan	: Manajemen
Program Studi	: Manajemen

Judul Skripsi :

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MEMAKSIMALKAN VOLUME PENJUALAN PADA UD. MEKAR SARI

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini telah melalui proses bimbingan sejak tanggal 5 Oktober 2015 sampai dengan 28 September 2016 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, 28 September 2016

Pembimbing,

Rony Ika Setiawan, SE, MM

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama	: Sugeng Purnomo
NIM	: 12221030
Jurusan	: Manajemen
Program Studi	: Manajemen

Judul Skripsi :

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MEMAKSIMALKAN VOLUME PENJUALAN PADA UD. MEKAR SARI.

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, 28 September 2016

Penulis,

METERAI TEMPEL

TGL 20

B2086AFF261825181

6000

ENAM RIBU RUPIAH

Sugeng Purnomo

UD. MEKAR SARI

Desa Gledug RT 01/ RW 03 Sanankulon - Blitar

No. Telp. 085856499639

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Supriati

Jabatan : Pemilik UD Mekar Sari

Menerangkan bahwa mahasiswa dibawah ini :

Nama : Sugeng Purnomo

NIM : 12221030

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa tersebut diatas telah melakukan penelitian pada UD Mekar Sari Desa Gledug RT 01/ RW 03 Kecamatan Sanankulon Kabupaten Blitar dengan Judul penelitian **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MEMAKSIMALKAN VOLUME PENJUALAN PADA UD. MEKAR SARI.**

Dimulai penelitian pada bulan Oktober 2015 sampai dengan September 2016.

Demikian surat keterangan ini saya buat untuk diperlukan sebagaimana mestinya.

Blitar, 28 September 2016

Pemilik

UD. "MEKAR SARI"
DS. GLEDUG SANANKULON
BLITAR - JAWA TIMUR
TELP. 085 856 499639

Surpriati

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul:

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MEMAKSIMALKAN VOLUME PENJUALAN PADA UD. MEKAR SARI

Yang disusun oleh:

Nama	: Sugeng Purnomo
NIM	: 12221030
Jurusan	: Manajemen
Program Studi	: Manajemen

Telah diuji dan dinyatakan lulus pada 31 Oktober 2016

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

NO	NAMA	KEDUDUKAN	TANDA TANGAN
1.	Iwan Setya Putra, SE, Ak, MM.	Penguji I	
2.	Siti Sunrowiyati, SE, MM.	Penguji II	
3.	Rony Ika Setiawan, SE, MM.	Penguji III	

Blitar, 28 September 2018

Mengetahui,

Ketua Program Studi,	Ketua Dewan Penguji,
(Tanto A. Putro, SE, MM)	(Iwan Setya Putra, SE, Ak, MM)

ABSTRAKSI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MEMAKSIMALKAN VOLUME PENJUALAN PADA UD. MEKAR SARI.

SUGENG PURNOMO – 12221030

Kata Kunci: Analisis Strategi Pemasaran, Volume Penjualan

UD. Mekar Sari merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi pangan yaitu pembuatan sambal pecel yang beralamat di desa Gledug RT 01/RW 3 kecamatan Sanankulon kabupaten Blitar. Sambal pecel merupakan makanan khas Blitar yang sangat disukai baik dari kalangan anak-anak hingga dewasa. Permasalahan yang dialami UD. Mekar Sari selama ini yaitu kurang maksimalnya volume penjualan yang disebabkan oleh kurang tepatnya strategi pemasaran yang digunakan selama ini dalam memasarkan produknya. Strategi yang dimaksud dan dilakukan perusahaan hanya menjual secara langsung produk dan menerima pesanan dari beberapa konsumen saja. Hal ini dapat dibuktikan dengan data penjualan satu tahun terakhir yang mengalami penurunan pada beberapa bulan tertentu. Untuk menganalisis strategi pemasaran yang sesuai maka perlu digunakan analisis SWOT. Analisis SWOT berguna untuk melakukan keseluruhan evaluasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan. Analisis SWOT digunakan untuk mengamati lingkungan pemasaran eksternal dan internal. Melalui analisis SWOT maka diketahui apa saja yang menjadi peluang dan ancaman bagi perusahaan, selain itu juga dapat diketahui kekuatan dan kelemahan perusahaan. Matrik EFAS dan IFAS perlu digunakan untuk melakukan analisis SWOT. Matrik EFAS digunakan untuk menganalisis lingkungan eksternal yaitu untuk mengidentifikasi faktor eksternal perusahaan dengan merumuskan variabel peluang dan ancaman perusahaan untuk memudahkan dalam menganalisis dan mengetahui hal-hal apa saja yang mempengaruhi strategi perusahaan. Matrik IFAS digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal perusahaan dengan merumuskan setiap variabel kekauatan dan kelemahan yang dapat mempengaruhi perusahaan untuk memudahkan dalam menganalisis dan mengetahui hal-hal apa saja yang mempengaruhi strategi perusahaan. Berdasarkan analsisis data yang telah dilakukan didapatkan hasil anallisis EFAS dengan skor total 2,90 dan IFAS dengan skor total 2,86, selanjutnya dimasukkan ke dalam matrik ruang yang bertujuan untuk menggambarkan posisi strategis perusahaan. Berdasarkan matrik ruang perusahaan berada pada kuadran I yaitu strategi agresif artinya perusahaan memiliki berbagai peluang dan kekuatan yang dapat mendorong pemanfaatan berbagai peluang tersebut. Strategi yang tepat dan dapat ditempuh untuk memaksimalkan volume penjualan yaitu dengan perluasan pangsa pasar, peningkatan jumlah produksi, menjaga keaslian cita rasa dan pematenan label. Untuk analisis lebih rinci maka selanjutnya dimasukkan ke dalam matrik SWOT.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah Swt. atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Memaksimalkan Volume Penjualan Pada UD. Mekar Sari". Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1) Iwan Setya Putra, SE, Ak, MM, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar dan dewan penguji I;
2) Siti Sunrowiyati, SE, MM, selaku dewan penguji II;
3) Rony Ika Setiawan, SE, MM, selaku dosen pembimbing dan dewan penguji III yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
4) Tanto A. Putro, SE, MM, selaku Kepala Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar;
5) Ibu Supriati, selaku pemilik UD. Mekar Sari yang telah memberikan izin penelitian;
6) Ayah saya Suwandi dan ibu saya Sujanah yang tiada lelah membimbing saya, yang senantiasa mendoakan saya, dan memperjuangkan hidup saya dari kecil hingga saat ini;
7) Seluruh keluarga besar saya yang selalu memberikan semangat untuk segera lulus;
8) Teman-teman manajemen malam angkatan 2012 terimakasih untuk kebersamaan dan kenangan indah selama masa kuliah;
9) Tunangan saya Wahidah Desy Nur'aini yang selalu mendoakan, mendukung dan membantu agar segera menyelesaikan skripsi saya;
10) Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, terima kasih banyak.

Sungguh saya dapat menyelesaikan skripsi ini semata-mata karena pertolongan Allah melalui mereka. Hanya Allah lah yang mampu membalas dan hanya Allah lah sebaik-baiknya pemberi balasan.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Blitar,Oktober 2016 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
BAB 1. PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Permasalahan 3
C. Rumusan Masalah 4
D. Tujuan Penelitian 4
E. Kegunaan Penelitian 4
BAB 2. LANDASAN TEORI 6
A Penelitian Terdahulu 6
B Pemasaran 9
1. Hakikat Pemasaran 9
2. Strategi Pemasaran 12
C Penjualan 21
D Volume Penjualan 22
E Analisis SWOT 24
F Hubungan Antara Strategi Pemasaran dengan Volume Penjualan 29
BAB 3. METODE PENELITIAN 30
A. Definisi Operasional Variabel 30
1. Strategi Pemasaran (X) 30

2. Volume Penjualan (Y) 30
B. Populasi dan Sampel 30
1. Populasi 30
2. Sampel 30
C. Jenis Penelitian 31
D. Metode Pengumpulan Data 31
1. Observasi 31
2. Interview atau Wawancara 31
3. Dokumentasi 31
4. Kuisioner 32
E. Teknik Analisis Data 32
BAB 4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN 33
A. Data Perusahaan 33
1. Sejarah Perusahaan 33
2. Tujuan Perusahaan 34
3. Lokasi Perusahaan 35
4. Organisasi Perusahaan 35
5. Aspek Tenaga Kerja 39
6. Kegiatan Produksi 41
7. Kegiatan Pemasaran 45
8. Daerah Pemasaran 45
B. Hasil Analisis Data 46
C. Analisis Pembahasan 50
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN 61
A. Kesimpulan 61
B. Saran 62
DAFTAR PUSTAKA 63
Lampiran 65

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Teori Matrik SWOT	27
Tabel 4.1	Data Jumlah Tenaga Kerja UD. Mekar Sari	40
Tabel 4.2	Jam Kerja Karyawan UD. Mekar Sari	41
Tabel 4.3	Data Hasil Produksi tahun 2015	43
Tabel 4.4	Hasil Penjualan Sambal Pecel tahun 2015	47
Tabel 4.5	Matrik EFAS	54
Tabel 4.6	Matrik IFAS	57
Tabel 4.7	Analisis Matrik SWOT	59

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 4.1	Bagan Struktur Organisasi UD. Mekar Sari	36
Gambar 4.2	Grafik Hasil Produksi Sambal Pecel UD. Mekar Sari tahun 2015	44
Gambar 4.3	Diagram Hasil Penjualan Sambal Pecel UD. Mekar Sari tahun 2015	48
Gambar 4.4	Matrik Ruang	58