

12 6 MAR 2018

REVISI
REVISI
REVISI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA BELI KONSUMEN PADA CV. ALAM SEGAR INDONESIA

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat
Dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE)**



Disusun Oleh:

**Nama : Mar' Atus Solekah
NIM : 13221031
Pembimbing : Sulistya Dewi W., SE., MSA**

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI KESUMA NEGARA
BLITAR**

2017

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini dosen pembimbing dari,

Nama : Mar' Atus Solekah

NIM : 13221031

Jurusan : Manajemen

Progam Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

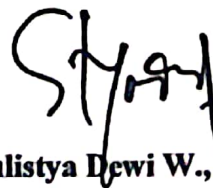
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATAN DAYA BELI KONSUMEN PADA CV. ALAM SEGAR INDONESIA

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini telah melalui proses bimbingan sejak tanggal 14 November 2016 sampai dengan 11 Agustus 2017 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, 11 Agustus 2017

Pembimbing,



Sulistya Dewi W., SE., MSA

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : **Mar'Atus Solekah**
Nim : 13221031
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA BELI KONSUMEN PADA CV. ALAM SEGAR ”

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, 10 Oktober 2017



(Mar'Atus Solekah)

CV. ALAM SEGAR INDONESIA

Jl. Irian No. 29 RT 02 RW 05 Kanigoro, Kabupaten Blitar

SURAT IJIN PENELITIAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Yuni Yes Frendy
Jabatan : Direktur
Instansi : CV. Segar Alam Indonesia
Alamat : Jl. Irian No. 29 RT 02 RW 05 Kanigoro, Kabupaten Blitar

Dengan ini memberikan keterangan bahwa :

Nama : Mar' Atus Solekah
Pekerjaan : Mahasiswa
Program Studi : Manajemen
NIM : 13221031
Fakultas : Ekonomi STIE Kesuma Negara Blitar

Telah diijinkan untuk melakukan penelitian di CV. Alam Segar Indonesia dalam rangka menyusun skripsi dengan judul "**Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen Pada CV. Alam Segar Indonesia**" mulai bulan November 2016 sampai dengan bulan Agustus 2017.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Blitar, 11 Agustus 2017
Direktur CV. Alam Segar Indonesia,

YUNI YES FRENDY

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

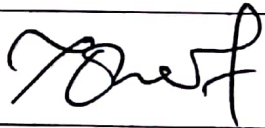
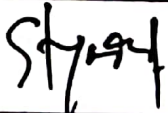
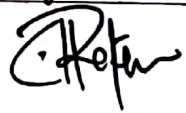
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA BELI KONSUMEN PADA CV. ALAM SEGAR INDONESIA

Yang disusun oleh :

Nama : Mar' Atus Solekah
NIM : 13221031
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen

Telah diuji dan dinyatakan lulus pada 22 Agustus 2017

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

NO	NAMA	KEDUDUKAN	TANDA TANGAN
1	Iwan Setya Putra SE.,Ak.,MM	Penguji I	
2	Sulistya Dewi W.,SE.,MSA	Penguji II	
3	Retno Murni Sari.,SE.,MM	Penguji III	

Blitar, 10 Oktober 2017

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen,



(Sandi Eka Suprajang.,SE.,MM)

Ketua Dewan Penguji,



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

ABSTRAKSI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA BELI KONSUMEN PADA CV. ALAM SEGAR INDONESIA

MAR'ATUS SOLEKAH – 13221031 (2017:102 halaman)

Kata kunci : Analisis Strategi Pemasaran, Daya Beli Konsumen

Strategi pemasaran merupakan suatu cara untuk mencapai tujuan perusahaan dalam memenuhi keinginan konsumen serta mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Strategi pemasaran yang diterapkan meliputi: produk, harga, promosi, dan tempat yaitu bauran pemasaran (*marketing mix*) yang akan meningkatkan daya beli konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dengan indikator (4P) mampu menunjukkan faktor internal dan eksternal pada CV. Alam Segar Indonesia.

Populasi dan sampel adalah data penjualan pada tahun 2014 – 2016 dengan total jumlah konsumen 13.880 dalam kurun waktu 3 tahun. Jenis penelian ialah deskriptif kuantitatif. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis IFAS, Analisis EFAS, Diagram SWOT, dan Matrik SWOT. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, dokumentasi, dan kuisioner.

Penelitian ini menunjukkan pada Analisis IFAS kekuatan dan kelemahan total skor 2,91 sedangkan Analisis EFAS peluang dan ancaman total skor 2,80 faktor internal dan eksternal tersebut dinilai sudah baik, dimana nilai rata-rata 2,50. Hal ini menunjukkan diagram SWOT pada kuadran I yaitu mendukung strategi agresif.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah secara Matrik SWOT strategi SO dan ST meliputi keunggulan, harga, hubungan baik, penilaian, bahan baku, penambahan kendaraan sedangkan strategi WO dan WT meliputi inovasi, variasi, promosi, kualitas, evaluasi, website. Saran peneliti bagi perusahaan tetap menjaga dan mempertahankan konsistensi produk yang berkualitas dan harga terjangkau, diperlukan pembenahan produk dan meningkatkan kegiatan promosi untuk mengantisipasi daya beli produk menurun.

ABSTRACTION

ANALYSIS OF MARKETING STRATEGY TO INCREASE CONSUMERS PURCHASING POWER ON ALAM SEGAR INDONESIA COMPANY

MAR'ATUS SOLEKAH – 13221031 (2017:102 page)

Keywords : Analysis of Marketing Strategy, Consumers Purchasing Power

Analysis of marketing strategy to increase consumers and defend the survival company. Analysis of marketing the applied covering: product, price, promotion, and place to increase consumers this research aims to find out marketing strategy with indicators able to show the factors of internal and external Alam Segar Indonesia company.

Population and sample are the data of the sale 2014-2016 with the total amount of consumers 13.880 at last 3 years. This type of research is descriptive quantitative. Analysis of the method used is analysis IFAS, Analysis EFAS, SWOT Diagram, and SWOT Matrix. Methods of data collection used interview, documentary and questioner.

This research show on the analysis the strengths, and the weaknesses IFAS with total 2,91. EFAS analysis opportunities and threats with total 2,80. Internal and external factor evaluated of well with average 2,50 this show SWOT Diagram in quadrant one is support aggressive strategy.

The conclusion from this research is SWOT Matrix SO strategy and ST covers excellence of price, good relations, assessment, raw material addition of the vehicle. WO and WT strategy covering innovation, variation, promotion, quality, evaluation, website, advice researcher for the company to keep and defend the consistency renewed product and increase promotion to anticipation on the force purchase product decreased.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran ALLAH Subhanallahu Wata'ala atas berkat rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis mampu melaksanakan penelitian beserta penyusunan proposal yang berjudul, “ **Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen Pada CV. Alam Segar Indonesia**”.

Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Ijazah Sarjana Ekonomi di Jurusan Manajemen, STIE Kesuma Negara Blitar.

Dalam penyusunan proposal penelitian tidak sedikit kendala yang dihadapi penulis, namun penulis menyadari kemudahan dan kelancaran dalam menyusun proposal. Hal ini berkat dukungan dan dorongan baik dari segi materi dan moril serta bimbingan orang tua, sehingga hambatan yang penulis alami teratasi.

Pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua STIE Kesuma Negara Blitar, Bapak Iwan Setya Putra, SE.,Ak.,MM., CA.
2. Wakil Ketua STIE Kesuma Negara Blitar, Ibu Siti Sunrowiyati, SE.,MM.
3. Ketua Jurusan Manajemen STIE Kesuma Negara Blitar, Bapak Sandi Eka Suprajang, SE.,MM.
4. Dosen Pembimbing Skripsi, Ibu Sulistya Dewi, W.,SE.,MSA.

5. Segenap Bapak/Ibu dosen dan staf di STIE Kesuma Negara Blitar yang telah memberikan saran dan semangat kepada penulis.
6. Direktur CV. Alam Segar Indonesia, Bapak Yuni Yes Frendy.
7. Segenap Karyawan CV. Alam Segar Indonesia yang telah memberikan saran dan semangat kepada penulis.
8. Ayah, Ibu, Emak, Bapak, Eyang, Bagus Wicaksono, Om Agus, Om Denny, Om Muji, dan Adekku tercinta Naya yang telah memberi do'a semangat, motivasi, dan dukungan kepada penulis baik berupa materil dan moril.
9. PT. Grand Pasific Pratama, Amalia Rahmawati, Hamim, Sam Hanief Zain, Kori, Pak Esa, Pak Supri, Adi, dkk. yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis.
10. Sahabat-sahabat tercinta Himatun, Unggul, Yudha, Khoirul Riski, Bang Jerry, Sugeng, Irul, Tini, Andik, Pak Basworo, Pak Hari, dkk. yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis.
11. Kerabat dan Rekan Mahasiswa yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi.

Namun penulis menyadari bahwa penyusunan proposal tidak lepas dari kekurangan dan jauh dari sempurna. Penulis berharap semoga dapat membantu pembuatan proposal selanjutnya, sehingga menambah wawasan dan pengalaman bagi para pembaca. Terutama adalah mahasiswa STIE Kesuma Negara Blitar (STIEKEN). Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna memberi bekal dan sebagai acuna pembuatan proposal yang lebih baik dimasa mendatang.

Blitar, 11 Agustus 2017

Mar'Atus Solekah

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Skripsi	ii
Halaman Pernyataan Keaslian	iii
Halaman Pengesahan	iv
Abstraksi	v
Kata pengantar	vii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Permasalahan	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Kegunaan Penelitian	6

BAB II LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu	8
B. Pengertian Pemasaran	13

C. Tujuan Pemasaran	14
D. Konsep Pemasaran.....	15
E. Pengertian Strategi Pemasaran.....	19
F. Manfaat Pemasaran.....	21
G. Pengertian Pasar.....	23
H. Pengertian Segmentasi Pasar	23
I. Tujuan dan Manfaat Segmentasi Pasar	25
J. Konsep Segmentasi	26
K. Segmentasi Pasar	27
L. Penentuan Pasar Sasaran	29
M. Penentuan Posisi Produk	34
N. Bauran Pemasaran	36
O. Analisis SWOT	40
P. TOWS Matriks	41
Q. Matrik SWOT	42
R. Matrik IFAS dan Matrik EFAS	44
S. Pengertian Konsep Pengendalian Mutu	46
T. Desain Kemasan	47
U. Pengertian Prilaku Konsumen.....	48
V. Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen	50
W. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	50
X. Proses Pengambilan Keputusan	51
Y. Pengertian Daya Beli Konsumen	56

Z. Keterkaitan Antar Variabel	67
-------------------------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	59
B. Jenis Penelitian.....	59
C. Definisi Operasional Variabel.....	60
D. Populasi Penelitian dan Sampel	63
E. Metode Pengumpulan Data	63
F. Teknik Analisa Data	64

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian	67
B. Hasil Analisa Data	78
C. Analisis Pembahasan	83

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	99
B. Saran	102

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. TOWS Matriks.....	42
Tabel 2.2. Matrik SWOT	43
Tabel 2.3. Matrik IFAS.....	45
Tabel 2.4. Matrik EFAS.....	46
Tabel 3.5. Pembobotan Faktor pada Matrik IFAS dan EFAS	66
Tabel 4.6. Data Personalia Berdasarkan Jabatan dan Jenis Kelamin.....	75
Tabel 4.7. Data Jumlah Konsumen.....	76
Tabel 4.8. Data Penjualan perbulan dalam bentuk rupiah	77
Tabel 4.9. Penilaian Faktor-faktor Internal.....	79
Tabel 4.10. Penilaian Faktor-faktor Eksternal	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Segmentasi, Penentuan Pasar, dan Positioning.....	27
Gambar 2.2. Bauran Pemasaran.....	39
Gambar 2.3. Analisis SWOT	40
Gambar 2.4. Sistem Keputusan Pembelian.....	52
Gambar 2.5. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	53
Gambar 2.6. Proses Pengambilan Keputusan Strategis	54
Gambar 2.7. Pengambilan Keputusan Konsumen	55
Gambar 4.8. Struktur Organisasi CV. Alam Segar Indonesia	70
Gambar 4.9. Diagram SWOT	82
Gambar 4.10. Matrik SWOT	83