

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA
INDOMARET KP.TURI CABANG
BABELAN BEKASI**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh :

NURAINI
NIM : 2412008525



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI DEPOK
2024



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA
INDOMARET KP.TURI CABANG
BABELAN BEKASI**

Oleh :

Nama : NURAINI
Nim : 2412008525
Program Studi : Manajemen

Telah Disetujui Dan Disahkan Di Depok Pada Tanggal 08 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,

Bambang Suntoro, SE, MM

Menyetujui,
Ketua Program Studi Manajemen

Drs. Hengky Hendrawan, MM, M.Si

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr . Abdul Hamid.M.S



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA
INDOMARET KP.TURI CABANG
BABELAN BEKASI**

Oleh :

Nama : Nuraini
Nim : 2412008525
Program Studi : Manajemen

Telah Dipertahankan Di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi,Pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 08 Agustus 2024
Waktu : 14:07-15:10 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Aldi Friyatna Dira, SE, MM
Anggota : Gena Prasetya Noor, SH, MM

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si

PERNYATAAN

Saya Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : Nuraini
Nim : 2412008525
Program Studi : Manajemen
Nomor KTP : 3216024307020010
Alamat : Kp.Sungai Bintaroh Desa. Rt/Rw 001/001 Hurip Jaya
Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi.

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Indomaret Kp.Turi (Cabang Babelan Bekasi) ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalih mediakan atau mengalihformatkan, mengelola mendistribusikan memplikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian harui diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 08 Agustus 2024



SPULUH RIBU RUPIAH
10000
P. METERAI
TAMBAH
6B006ALX320925069
NURAINI

NURAINI

ABSTRAK

NURAINI. NIM 2412008525 Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Indomaret Kp.Turi Cabang Babelan Bekasi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang sesuai untuk diterapkan di Indomaret Kp Turi . Jenis penelitian ini yang digunakan adalah jenis penelitian analisis SWOT. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang di peroleh dari hasil wawancara dengan informasi kunci, observasi, dokumentasi dan triangulasi. Data yang diperoleh akan di analisis menggunakan Analisis SWOT. Sampel penelitian ini adalah 5 orang karyawan yang berada di indomaret Kp.Turi, Desa Sriamur, Kecamatan Tambun Utara,Kabupaten Bekasi,Jawa Barat. Teknik sampel yang digunakan pada penelitian ini dilakukan dengan mtode wawancara,observasi,dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa analisis kekuatan yaitu, Penawaran produk yang lengkap dan berkualitas,yang menjadi minat para pelanggan untuk berbelanja, Sementara kelemahannya adalah Lokasi tempat yang masih belum strategis,air mengantung dilahan parkir saat hujan. Pada peluangnya berada lingkungan eksternal yaitu, Pasar e-commerce yang berkembang pesat,peningkatan minat pelanggan terhadap trend belanja online,infodigital dapat memanfaatkan peluang untuk menarik lebih banyak pelanggan yang berbelanja secara digital, Sementara kelemahan Kondisi ekonomi yang tidak stabil dapat mempengaruhi daya beli pelanggan dan berdampak pada penjualan. Strategi yang didapat yaitu dengan memperbanyak promosi untuk selalu meningkatkan dan mempertankan strategi pemasaran yang berada di Indomaret kp.Turi itu sendiri

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Lokasi, Harga, dan Promosi

ABSTRACT

NURAINI. NIM 2412008525 Analysis of Marketing Strategies in Increasing Sales at Indomaret Kp.Turi Babelan Bekasi Branch.

The purpose of this study is to find out the appropriate marketing strategy to be applied in Indomaret Kp Turi. This type of research used is a type of SWOT analysis research. The data used in this study is primary data obtained from the results of interviews with key information, observations, documentation and triangulation. The data obtained will be analyzed using SWOT Analysis. The sample of this study is 5 employees located in Indomaret Kp.Turi, Sriamur Village, North Tambun District, Bekasi Regency, West Java. The sample technique used in this study was carried out by interviews, observations, and documentation.

The results of this study show that the analysis of strengths is complete and quality product offerings, which are the interest of customers to shop, while the weakness is that the location of the place is still not strategic, water hangs in the parking lot when it rains. The opportunity is in the external environment, namely, the rapidly growing e-commerce market, increasing customer interest in online shopping trends, infodigital can take advantage of the opportunity to attract more customers who shop digitally, while the weakness of unstable economic conditions can affect customer purchasing power and have an impact on sales. The strategy obtained is to increase promotions to always improve and strengthen the marketing strategy in Indomaret kp. The tour itself.

Keywords : Marketing Strategy, Location, Price, and, Promotion.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT atas karunia dan rahmat,taufik, hidayah serta inayah-Nya yang tidak terhingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Indomaret Kp.Turi Cabang Babelan Bekasi” ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen di Sekolah Tinggi Ekonomi GICI Business School. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis melihat fenomena tingginya persaingan yang terjadi dikalangan bisnis sehingga penting bagi perusahaan memiliki strategi bersaing dalam meningkatkan penjualan yang tepat supaya mampu bertahan di era yang kompetitif. oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui strategi pemasaran seperti apa yang dapat digunakan secara efektif dan efisien bagi banyak para pelaku usaha lainnya.

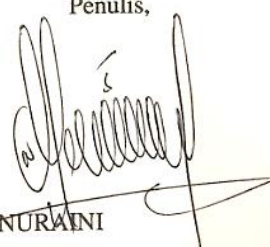
Dalam proses penyusunan skripsi ini, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak, Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Mildy Rifai, SE selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah mencurahkan energi dan pikiran untuk selalu mengembangkan Sekolah Ilmu Ekonomi GICI Business School dengan baik.
2. Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Drs. Hengky Hendrawan,S.Pd, MM, Msi. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan prodi ini hingga kini telah mendapatkan akreditasi B.
4. Aldi Friyatna Dira, SE, MM selaku pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI Bekasi yang telah mengelola kampus dengan baik.
5. Bambang Suntoro,SE,MM Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi dengan nilai *cumlaude*.

6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI Khususnya Program Studi Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan oenuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang.
7. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
8. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2020 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
9. Cinta pertamaku Ayahanda M.yamin serta Ibunda Asiyah tercinta selaku orang tua saya yang sudah berada di syurgaNya, Semoga beliau bangga melihat perjuangan anaknya, Yang telah berhasil meraih gelar Sarjana dengan hasil kerja kerasnya sendiri, Begitupun untuk Kakak perempuan dan Laki-laki saya, Yang selalu memberi dukungan dan Do'a secara lahir dan batin.
10. Ibu Leni Lisnawati Selaku kepala toko dan yang telah memberi ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian selama proses penyusunan skripsi berjalan.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan Penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari pembaca semuanya. Harapannya dimasa yg akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terimakasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amiin.

Depok, 08 Agustus 2024

Penulis,

NURAINI
NIM :2412008525

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Pembatasan Masalah.....	4
1.4. Perumusan Masalah.....	4
1.5. Tujuan Penelitian	5
1.6. Manfaat Penelitian	5
1.7. Sistematika Penulisan	6
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 7
2.1. Landasan Teori	7
2.2. Pengertian Pemasaran.....	7
2.2.1. Pengertian Strategi Pemasaran	7
2.2.2. Konsep Strategi Pemasaran	8
2.2.3. Strategi Bauran Pemasaran.....	9
2.2.4. Konsep Inti Dalam Pemasaran	9
2.2.5. Fungsi Dan Tujuan Strategi Pemasaran	10
2.2.6. Perbedaan Strategi Pemasaran dan Marketing Plan	11
2.2.7. Faktor yang mempengaruhi Pemasaran.....	12
2.2.8. Pemasaran Terintegrasi	12
2.3. Pengertian Manajemen Strategi.....	13
2.3.1. Manfaat Manajemen Strategi	13
2.3.2. Proses Manajemen Strategi	14
2.3.3. Strategi Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage) .	14
2.3.4. Strategi Bauran Promosi.....	15
2.3.5. Strategi Pengeluaran Promosi.....	16
2.4. Kualitas Pelayanan	17
2.5. Promosi Harga	18
2.6. Pengaruh Lokasi	18
2.7. Kepuasan Konsumen	19
2.8. IFAS Dan EFAS	20
2.8.1. Pengertian IFAS dan EFAS.....	20
2.8.2. Matriks IFAS (Internal Factors Analysis Summary).....	21
2.8.3. Matriks EFAS (External Factors Analysis Summary)	21
2.8.4. Pengertian Matriks IFE.....	21
2.8.5. Pengertian Matriks EFE	22

2.9.	Internal Exsternal (IE)	23
2.10.	Analisis SWOT	24
2.10.1.	Pengertian Analisis SWOT	24
2.10.2.	Tujuan Analisis SWOT	24
2.10.3.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi SWOT	25
2.11.	Penelitian Terdahulu	26
2.12.	Kerangka Berfikir	27
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1.	Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.2.	Jenis Penelitian	29
3.3.	Sumber Data	30
3.4.	Pengelompokan Data Hasil Penelitian	30
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	31
3.6.	Teknik Analis Data	32
3.7.	Pengertian SWOT	32
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1	Hasil Penelitian	34
4.2	Gambaran Umum Perusahaan	34
4.3	Visi dan Moto Perusahaan	34
4.4	Stuktur Organisasi	35
4.5	Kegiatan Usaha Indomaret Kp.Turi.....	36
4.6.	Bauran Pemasaran	37
4.7.	Strategi Pemasaran Indomaret Kp Turi	38
4.7.1.	Segmentation, Targeting dan Positioning	38
4.8.	Rumusan Strategi Pengembangan Usaha	42
4.8.1.	Analisis Lingkungan Internal (IFE).....	42
4.8.2.	Analisis Lingkungan Eksternal (EFE).....	43
4.8.3.	Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal (IE).....	44
4.8.4.	Analisis Matriks SWOT	45
4.8.5.	Faktor Eksternal Secara Makro dan Mikro	47
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	50
5.1.	Simpulan	50
5.2.	Saran	50
DAFTAR PUSTAKA		51
LAMPIRAN		52

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Penjualan Indomaret Kp Turi Cabang Babelan Bekasi.....	3
Tabel 1. 2 Jumlah Pegawai Indomaret	3
Tabel 2. 1 Matriks Internal Factor Evaluation (IFE).....	22
Tabel 2. 2 Matriks Exsternal Evaluation (EFE)	23
Tabel 2. 3 Matriks SWOT	24
Tabel 2. 4 Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan.....	25
Tabel 2. 5 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	29
Tabel 4. 1 Harga jual produk Indomaret Kp.Turi	37
Tabel 4. 2 Matriks IFE Kp.Turi	42
Tabel 4. 3 Matriks EFE Kp.Turi	43
Tabel 4. 4 Matriks IE	44
Tabel 4. 5 Matriks SWOT Indomaret Kp.Turi.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	27
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Surat Keterangan Penelitian	52
Lampiran 1. 2 Wawancara	53
Lampiran 1. 3 Dokumentasi	56
Lampiran 1. 4 Kartu Bimbingan	57
Lampiran 1. 5 Hasil Turnitin.....	58
Lampiran 1. 6 Daftar Riwayat Hidup.....	59