

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN PT. ARTAPRIMA SARANA SUKSES**

SKRIPSI

**Oleh:
Windy Fitria Navalivia
201910325136**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan
PT.Artaprima Sarana Sukses

Nama Mahasiswa : Windy Fitria Navalivia

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325136

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Juli 2023



Pembimbing I

Neng Siti Komariah, S.E., M.M

NIDN: 0327128105

Pembimbing II

Ferawaty Puspitorini, S.S., M.Pd

NIDN: 0306028501

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan
PT.Artaprima Sarana Sukses

Nama Mahasiswa : Windy Fitria Navalivia

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325136

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Juli 2023

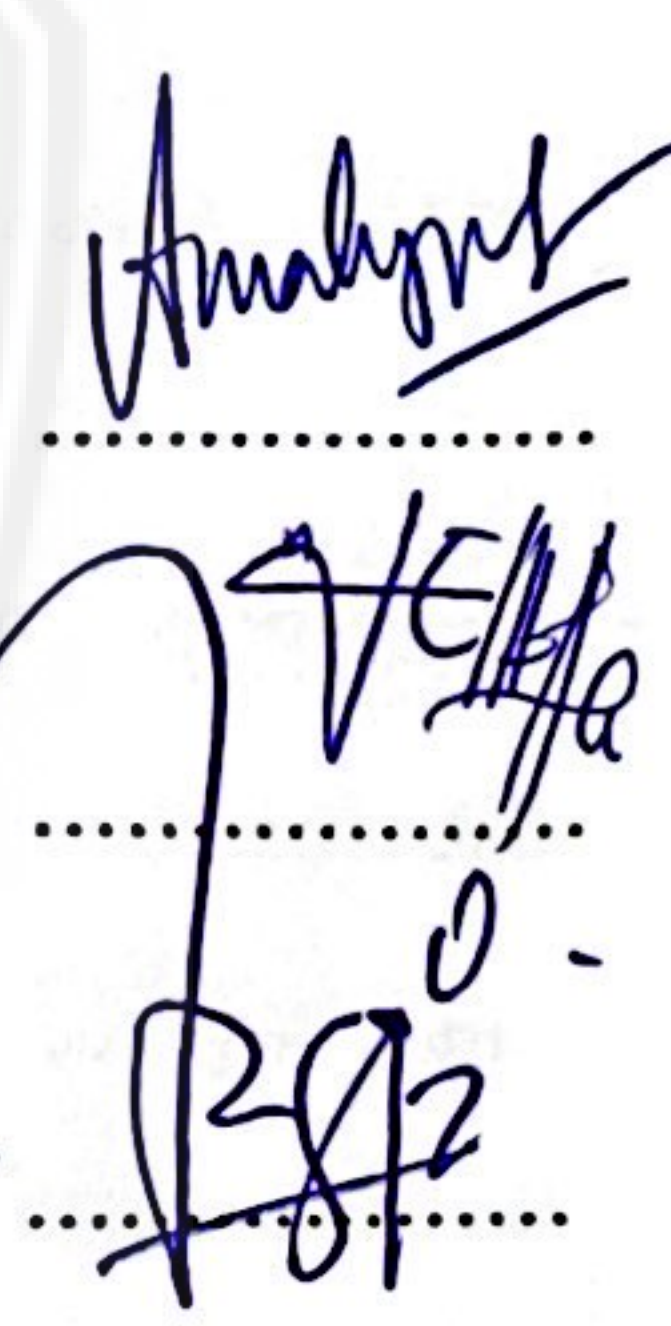
Jakarta, 14 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Novita Wahyu Setyawati, S.E., M.M
NIDN. 0313117902

Sekretaris Tim Penguji : Neng Siti Komariah S.E., M.M
NIDN. 0327128105

Penguji : Hasanuddin, S.I.P., M.AP
NIDN. 0302066905



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN. 0329048302



Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA
NIDN. 0310036407

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan PT. Artaprima Sarana Sukses” adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisannya karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 26 Juni 2023
Penulis,



Windy Fitria Navalivia

ABSTRAK

Windy Fitria Navalivia 201910325136. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan PT. Artaprima Sarana Sukses.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang akan datang agar dapat meningkatkan penjualan. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis SWOT. Metode penelitian ini adalah menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Dalam analisis ini diketahui bahwa PT. Artaprima Sarana Sukses berada pada kuadran I, posisi ini menandakan perusahaan yang kuat dan berpeluang, maka strategi yang sesuai untuk diterapkan adalah SO yaitu perusahaan mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan memperhatikan segenap ancaman yang dimungkinkan oleh kompetitor di pasaran. Langkah-langkah Strategi SO yang harus lebih diperhatikan adalah mempertahankan kualitas produk agar mempertahankan pelanggan setia, memanfaatkan SDM yang berpengalaman untuk menggarap pasar yang belum di olah. PT. Artaprima Sarana Sukses dapat meningkatkan peluang yang ada yaitu banyaknya pasar yang bias di garap, peluang yang besar untuk melakukan kemitraan, ekspansi usaha yang mudah dijangkau, memanfaatkan pelanggan yang setia.

Kata Kunci : Strategi pemasaran, Meningkatkan penjualan, Analisis SWOT.

ABSTRACT

Windy Fitria Navalivia 201910325136. *Marketing Strategy to Increase Sales of PT. Artaprima Sarana Sukses.*

This study aims to determine the future strategy in order to increase sales. The analysis used in this study is to use a SWOT analysis. This research method is to use descriptive qualitative research. In this analysis it is known that PT. Artaprima Sarana Sukses is in quadrant I, this position indicates a strong and opportunity company, so the appropriate strategy to implement is SO, namely the company optimizes strengths to take advantage of existing opportunities by paying attention to all threats made possible by competitors in market. SO Strategy steps that must be paid more attention to are maintaining product quality in order to retain loyal customers, utilizing experienced human resources to work on markets that have not been processed. PT. Artaprima Sarana Sukses can increase the existing opportunities, namely the many markets that can be worked on, great opportunities for partnerships, easy-to-reach business expansion, utilizing loyal customers.

Keywords : *Marketing Strategy, Increase Sales, SWOT Analysis.*

KATA PENGANTAR

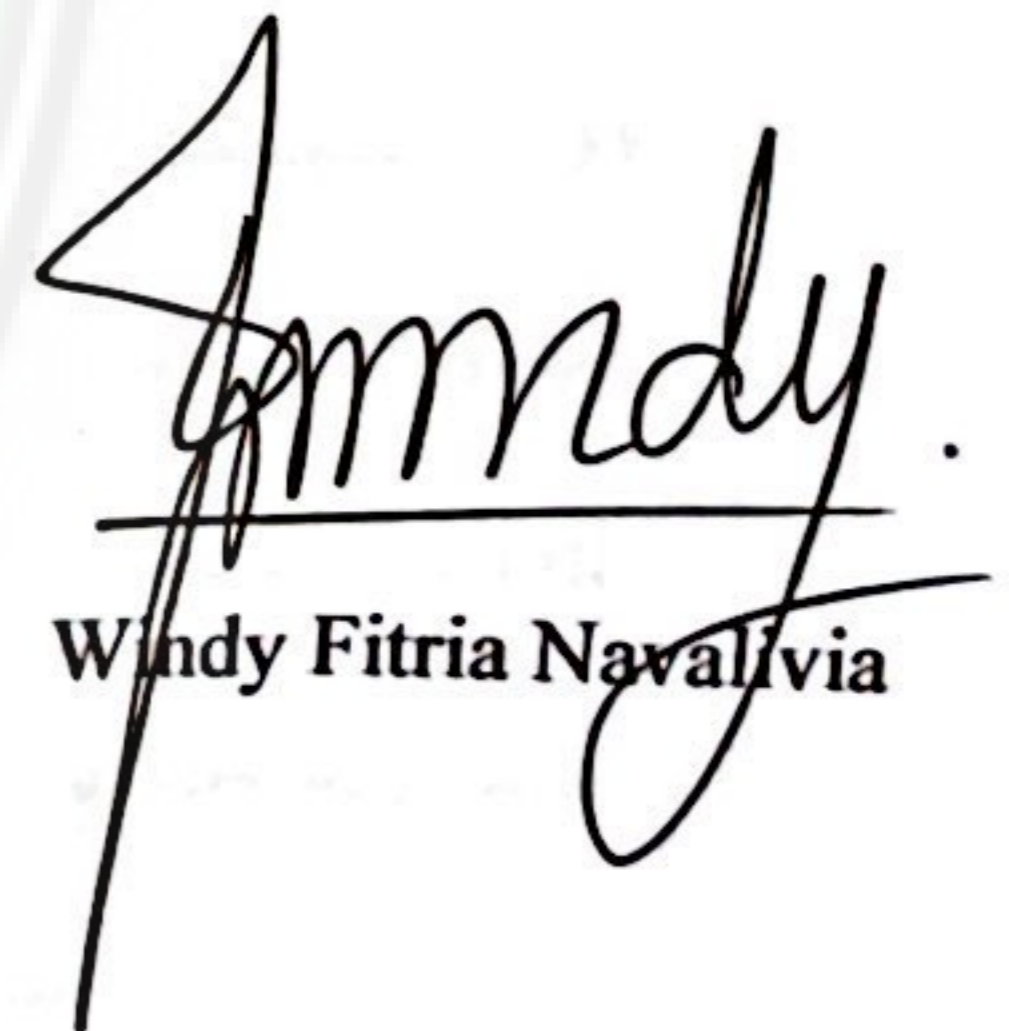
Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan Anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan PT. Artaprima Sarana Sukses”** dengan tepat waktu. Dalam mempersiapkan Skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan baik berupa moril maupun materil dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., M.BA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Hadita, S.Pd., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Neng Siti Komariah, S.E., M.M dan Ferawaty Puspitorini, S.S., M.Pd selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia memberikan waktunya menuntun serta memberikan arahan dan bimbingan dalam pembuatan Skripsi ini.
5. Orang tua saya khususnya ibu saya Irma Mahdania berkat dukungan dan doanya yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.
6. Kakak Perempuan saya Veni Adisty Mahardika yang tiada hentinya mendukung baik berupa saran dan materil.
7. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
8. Seluruh Staff PT. Artaprima Sarana Sukses.

9. Serta sahabat saya Tina Febriana, Nadia Fautina, Reisy Dwi, Putri Seftianigrum, Dina Lorenza, Alifia Annisa, Hadisa Septiani, Azmilia, Kevin Arthadia, Try Lambang, Zahirul Haq, Abdul Azis, Ali Munir, Raissa Ica, Bukhori.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca dan bagi penulis.

Jakarta, 26 Juni 2023
Penulis,



Windy Fitria Navalvia

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Fokus Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Sistematika Tugas Akhir	8
BAB II TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Telaah Teoritis.....	9
2.1.1 Strategi Pemasaran	9
2.1.2 Pemasaran	9
2.1.3 Konsep Inti Pemasaran.....	10
2.1.4 Fungsi Pemasaran	12
2.1.5 Indikator Pemasaran.....	13
2.2 Strategi Pemasaran	14
2.2.1 Pengertian Strategi Pemasaran.....	14

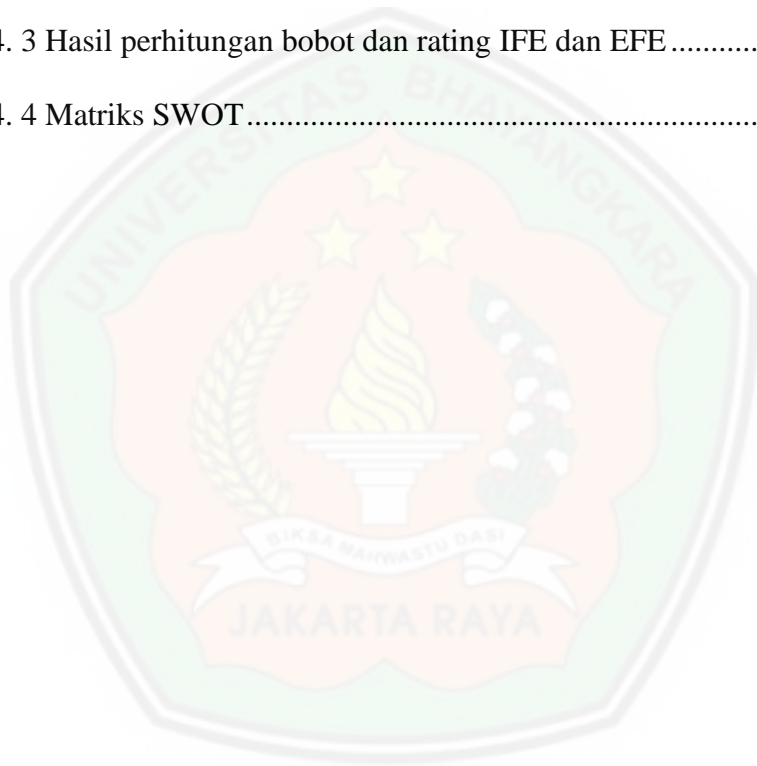
2.2.2	Faktor-faktor strategi pemasaran.....	14
2.2.3	Fungsi dan Tujuan Strategi Pemasaran	16
2.2.4	Konsep Strategi Pemasaran.....	17
2.3	Analisis SWOT.....	19
2.3.1	Pengertian Analisis SWOT	19
2.3.2	Tujuan, Manfaat dan Fungsi Analisa SWOT	21
2.3.3	Perumusan Strategi Dengan Analisis SWOT.....	21
2.3.4	Matriks SWOT	24
2.4	Penjualan	26
2.4.1	Pengertian penjualan	26
2.4.2	Faktor- faktor yang mempengaruhi penjualan	26
2.4.3	Manfaat dan Tujuan Penjualan	27
2.5	Telaah Empiris	28
BAB III METODE PENELITIAN		34
3.1	Desain Penelitian	34
3.2	Tempat dan Waktu	34
3.3	Situasi Sosial	34
3.4	Teknik Pengambilan Data	35
3.4.1	Observasi.....	35
3.4.2	Wawancara.....	36
3.4.3	Dokumentasi	36
3.5	Analisis Data	36
3.5.1	Analisa Deskriptif	36
3.5.2	Analisis SWOT	36
BAB IV		41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	41
4.1.1	Sejarah Singkat Berdirinya PT. Artaprima Sarana Sukses	41
4.1.2	Struktur Organisasi PT. Artaprima Sarana Sukses dan Job Deskripsi 42	
4.1.3	Visi dan Misi PT. Artaprima Sarana Sukses	44
4.2	Hasil dan Pembahasan	44
4.2.1	Data Hasil Wawancara	44

4.2.2	Pembahasan Analisis SWOT	50
4.2.3	Strategi Meningkatkan Penjualan	58
BAB V	59
KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1	Kesimpulan.....	59
5.2	Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
DAFTAR LAMPIRAN		



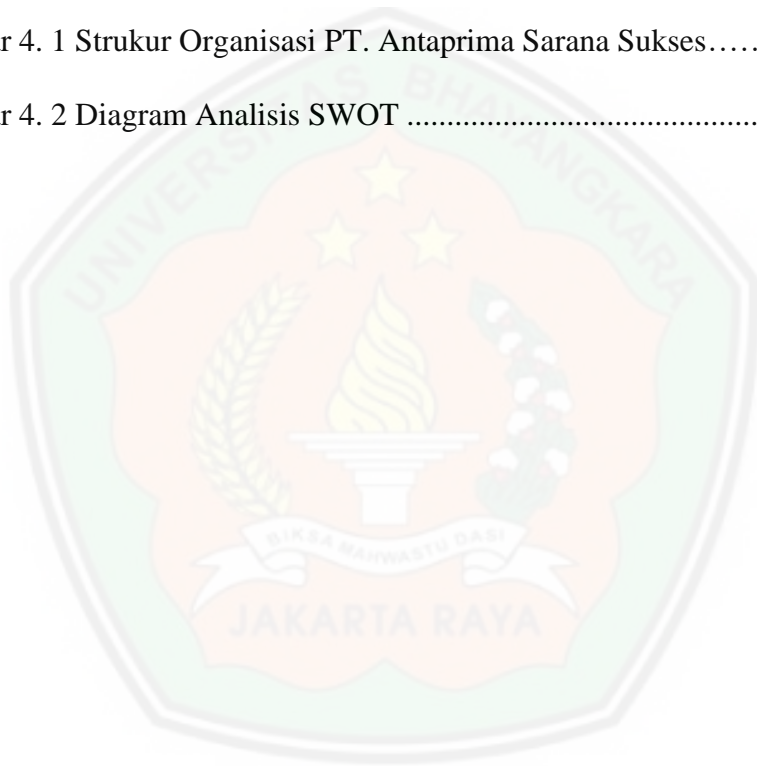
DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan PT. Artaprima Sarana Sukses	4
Tabel 2. 1 Matriks SWOT.....	27
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 4. 1 IFE (INTERNAL FACTOR EVALUATION).....	50
Tabel 4. 2 Tabel EFE (EXTERNAL FACTOR EVALUATION).....	52
Tabel 4. 3 Hasil perhitungan bobot dan rating IFE dan EFE.....	53
Tabel 4. 4 Matriks SWOT.....	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peringkat Penjualan 2020.....	2
Gambar 1. 2 Peringkat Penjualan 2021.....	3
Gambar 1. 3 Peringkat Penjualan 2022.....	3
Gambar 2. 1 Sistem Pemasaran Sederhana.....	11
Gambar 2. 2 Diagram Analisis Swot.....	23
Gambar 4. 1 Strukur Organisasi PT. Antaprima Sarana Sukses.....	42
Gambar 4. 2 Diagram Analisis SWOT	54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme

Lampiran 2 Uji Referensi

Lampiran 3 Pedoman Wawancara

Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara

Lampiran 5 Buku Bimbingan

Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup

