

**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN TERHADAP
PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN ALAT INDUSTRI PT. BARATA
INDONESIA (PERSERO)**

SKRIPSI



Oleh:

EVI OKTAVIANA

NIM: 20101221009

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA
JULI 2014**

**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN TERHADAP
PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN ALAT INDUSTRI PT. BARATA
INDONESIA (PERSERO)**

SKRIPSI

Oleh:

EVI OKTAVIANA

NIM: 20101221009



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA
JULI 2014**

**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN TERHADAP
PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN ALAT INDUSTRI PT. BARATA
INDONESIA (PERSERO)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan

Program Sarjana Ekonomi

Oleh:

EVI OKTAVIANA

NIM: 20101221009

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA
JULI 2014**

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Evi Oktaviana

NIM : 20101221009

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 22 Juli 2014

Yang membuat pernyataan

Evi Oktaviana

Persetujuan Untuk Ujian Skripsi

**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN TERHADAP
PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN ALAT INDUSTRI PT. BARATA
INDONESIA (PERSERO)**

Oleh;

Evi Oktaviana

NIM : 20101221009

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 22Juli 2014

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

Dr. Didin Fatihudin, SE.M.Si

Q. A'yun Nailufarh, SE, M.E.I

Mengetahui,

Kaprodi Manajemen

Q. A'yun Nailufarh, SE, M.E.I

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi ini telah diujikan dan disyahkan dihadapan Komisi penguji.

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari / Tanggal : Selasa / 22 Juli 2014

Pukul 11.30 WIB sampai dengan 12.00 WIB

Komisi Penguji terdiri dari :

Ketua Penguji :

Dr. Didin Fatihuddin SE. M.Si

Anggota

Anggota

Qurratul A'yun N, SE, M.E.I

Dra Siti Salbiyah M.Kes

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Kaprodi

Dr. Anna Marina, M.Si, Ak, CA

Qurratul A'yun N, SE, M.E.I

Persembahan

Bukan pelangi namanya jika hanya ada warna merah. Bukan hari namanya jika hanya ada siang yang panas. Semua itu adalah warna hidup yang harus dijalani dan dinikmati meski terasa berat, namun manisnya hidup justru akan terasa apabila semuanya bisa dilalui dengan baik.

Kupersembahkan karya kecil ini untuk cahaya hidupku yang senantiasa ada saat suka maupun duka, selalu setia mendampingi saat kulemah tak berdaya. Ayahanda dan ibunda tercinta yang selalu memanjatkan do'a untuk putri tercinta dalam setiap sujudnya. Buat sahabat-sahabatku yang selalu mensport dan mendampingiku dalam do'a, terima kasih untuk semuanya.

Untuk ribuan tujuan yang harus dicapai, untuk jutaan impian yang akan dikejar, untuk sebuah pengharapan agar hidup jauh lebih bermakna, karena hidup tanpa mimpi ibarat arus sungai mengalir tanpa tujuan. Teruslah belajar, berusaha, dan berdo'a untuk menggapainya.

Jatuh berdiri lagi, kalah mencoba lagi, gagal bangkit lagi.

Never Give Up!!!

Sampai Allah SWT berkata "waktunya pulang".

Motto

“hargailah cita-cita dan impianmu karena hal ini adalah anak jiwamu, dan cetak diri dan prestasi puncakmu karena itu bekal buatmu, usaha seseorang bukanlah apa yang mereka dapatkan dari usahanya tetapi perubahan diri akibat usaha itu, karena dunia masa depan adalah milik orang yang memiliki visi di hari ini”

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Implementasi Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Alat Industri PT. Barata Indonesia (Persero)”.

Penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya. Penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada dosen pengajar di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Dalam penulisan skripsi ini penulis mendapatkan bantuan moril dan materiil, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Dr. Anna Marina, Ak.M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Q. A'yun Nailufarh, SE,MEI selaku Ketua Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya dan selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberi arahan, nasehat, dan motivasi kepada penulis.
3. Dr. Didin Fatihudin, SE.M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberi arahan, nasehat, dan motivasi kepada penulis.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan nasehat dan bimbingan dalam menempuh pendidikan.

5. Bapak Kastolah dan Ibunda Suratning tercinta yang telah memberikan semangat dan segala-galanya yang terbaik untukku.
6. Seluruh pimpinan dan staff PT. Barata Indonesia yang telah membantu dalam penelitian ini saya ucapkan terima kasih.
7. Bapak Muhammad Sirul yang telah membantu penelitian ini, saya ucapkan terima kasih.
8. Sahabat-sahabat mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya tahun 2010 yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu.
9. Semua pihak yang telah membantu baik langsung maupun tidak langsung yang tidak saya sebutkan namanya satu persatu. Terima kasih buat kalian semua.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih belum sempurna oleh sebab itu saran dan kritik guna menambah kesempurnaan skripsi ini sangat diharapkan. Semoga hasil skripsi ini bermanfaat bagi intitusi dan bagi pembaca.

Surabaya, 22Juli 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRAC	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Sistematika Penulisan	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
A. LandasanTeori.....	6
1. Pemasaran	6
2. Konsep Pemasaran	9
3. Bauran Pemasaran.....	11
4. Strategi Pemasaran	28
5. Penjualan	32
6. Volume Penjualan	34
B. Penelitian Terdahulu	38
C. Kerangka Konseptual	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Pendekatan Penelitian	42
B. Keterlibatan Penelitian	42

C. Prosedur Pengumpulan Data	43
D. Pengolahan dan Analisi Data	44
E. Keabsahan Temuan	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	46
1. Profil Perusahaan	46
2. Lokasi Perusahaan.....	48
3. Visi, Misi, Tujuan Perusahaan	48
4. Struktur Perusahaan	49
B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	52
1. Strategi Pemasaran	52
2. Strategi Produk.....	52
3. Strategi Harga.....	55
4. Strategi Distribusi	56
5. Strategi Promosi	57
6. Kendala Dalam Memasarkan Produk.....	58
7. Volume Penjualan	59
C. Pembahasan Hasil Penelitian	60
BAB V KESIMPULANDAN SARAN	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran	63
DAFTAR RUJUKAN	65
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

No	Nama Gambar	Halaman
3.1	Kerangka Konseptual.....	41
4.1	Struktur Perusahaan PT. Barata Indonesia.....	51
7.1	Diagram Volume Penjualan.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

No	Nama Lampiran	Halaman
1.	Surat Ijin Penelitian.....	66
2.	Surat Balasan Dari PT. Barata Indonesia.....	67
3.	Berita Acara Bimbingan	68
4.	Surat Perbaikan skripsi	69
5.	Surat Keterangan LC.....	70
6.	Wawancara.....	71
7.	Company Profile PT. Barata Indonesia	72
8.	Surat Perjanjian Kontrak.....	73
9.	Order Card	74
10.	Surat Penawaran Harga.....	75
11.	Surat Penandatanganan Kontrak	80
12.	Berita Acara Pemeriksaan Pekerjaan	81
13.	Berita Acara Serah Terima Hasil Pekerjaan	82
14.	Data Laporan Penjualan PT. Barata Indonesia 2010 sampai 2012	83

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadnurrahman, *Strategi Pemasaran*. <http://ahmadnurrahman.students.perbanas.ac.id/artikel-ttg-strategi-pemasaran/>. 19-02-2014. 16:12.
- Asmaul Chusna, 2007 *pengaruh kebijakan marketing mix terhadap kepuasan konsumen di gerai fashion collection sidoarjo*.
- Assauri Sofjan, 2010, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*, cetakan ke 10, Rajawali Perss, Jakarta.
- Basu Swastha, “*Asas-asas Marketing*”, Penerbit Liberty Yogyakarta, 2001.
- Craven David W, (2004) : *Pemasaran Strategis* Edisi Kelima, Erlangga, Jakarta
- Fatihudin, Didin, 2012, *Metode Penelitin & Penulisan Karya Ilmiah*, Cetakan ke 11 PPs UMSurabaya, Surabaya.
- Finatri Astutik, 2010. *strategi pemasaran produk furniture dalam meningkatkan volume penjualan pada PT. kristal indah surabaya*.
- Hermawan, Agus, 2012, *Komuikasi Pemasaran*, Erlangga, Malang.
- Hendar, 2010, *Manajemen Perusahaan Koperasi*, Erlangga, Malang
- IT Narotama. 20.14. www.google.co.id/search?aq=f&sourceid=chrome&ie=UTF-8&q=Metodologi+Penelitian. 07-03-2014. 10:01
- Kotler, (terjemahan A.B. Susanto), 2001, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler dan Armstrong, (terjemahan Alexander Sindoro), 2000, *Dasar-dasar Pemasaran*, Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler dalam, <http://www.organisasi.org/1970/01/arti-definisi-pengertian-pemasaran-fungsi-pemasaran-marketing-ilmu-manajemen-pemasaran.html>. tgl 28-02-2014 jam 13:42
- Khairulmaddy. *Peranan Perantara*. http://id.shvoong.com/business_management/entrepreneurship/1990160-peranan_perantara/#ixzz1bxOI7N9E. 08-03-2014. 20:08.
- Kamaruddin Sastradipoera, “*Manajemen Pemasaran Modern*”, PT gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003.

Majid, 2008. *Pengertian Konsep definisi pemasaran* <http://majidbsz.wordpress.com/2008/06/30/pengertian-konsep-definisi-pemasaran/>. 21-02-2014 14:09. 65

Miftakhubarokah, blogspot.com/2012/07/peranan-dan-tujuan-strategi-pemasaran.html

Nur Hayati, 2006. *pentingnya penetapan harga jual produk kapur dalam meningkatkan volume penjualan pada CV. Sumber wangi kebomas gresik.*

Razak Akbar di 16.12. <http://www.sarjanaku.com/2013/04/pengertian-strategi-pemasaran-definisi.html>

Rizfile, *Bauran Pemasaran, Bauran Promosi, Pengertian Promosi, Fungsi Promosi dan Tujuan Promosi.* <http://rizfile.blogspot.com/2009/07/bauran-pemasaran-bauran-promosi.html>. 11-03-2014. 11:26.

Shinta, Agustina, 2011, *Manajemen Pemasaran*, Universitas Brawijaya Press (UB Press), Jl. Veteran (Universitas Brawijaya) Malang.

Sunyoto, Danang, 2013, *Teori, Kuesioner dan Analisis Data*, cetakan pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Satori, Djam'an, 2009, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, cetakan ke-1, Alfabeta, Bandung.

www.barata.co.id