

**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN  
PADA CV. VIDI JAYA CEMERLANG**

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**ASHFIYATRI SASTYA DEVI  
NIM : 20181221161**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA  
2024**

**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN  
PADA CV. VIDI JAYA CEMERLANG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu prasyarat dalam menyelesaikan  
Program Sarjana Manajemen



**OLEH :**

**ASHFIYATRI SASTYA DEVI  
NIM : 20181221161**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA  
2024**

## PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ashfiyatri Sastya Devi  
NIM : 20181221161  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan karya saya sendiri bukan hasil plagiasi, baik sebagian maupun keseluruhan. Bila dikemudian hari terbukti hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 19 Januari 2024

Yang membuat pernyataan



Ashfiyatri Sastya Devi  
NIM : 20181221161

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirmu, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu”

“My heart is at peace knowing that what passes me by will never be my destiny, and what is destined for me will never pass me by”

(Ummar bin Khattab)

### **Persembahan:**

Karya tulis ini saya persembahkan kepada orang tua dan keluarga saya yang memberikan dukungan dan doa dalam segala hal

**(Ashfiyatri Sastya Devi)**

**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN  
PADA CV VIDI JAYA CEMERLANG**

Diajukan Oleh :  
**ASHFIYATRI SASTYA DEVI**  
NIM : 20181221161

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh ;

Dosen Pembimbing

Tanda Tangan

Tanggal

1. Anita Roosmawarni,SE.,M.SE



28 Maret 2019

2. Ali Imaddudin Futuwah,S.Sos.,M.SM



28 Maret 2019

Mengetahui,

Dekan

Ketua Program Studi



Dr. Mochamad Mochklas, S.Si.,MM




Dr. Dwi Songgo Panggayudi, ST.,MM

**PENGESAHAN PANITIA PENGUJI**  
**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN**  
**PADA CV. VIDI JAYA CEMERLANG**


Nama : Ashfiyatri Sastya Devi  
NIM : 20181221161  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah  
Surabaya  
Pada Hari / Tanggal : Jum'at / 19 Januari 2024  
Pukul : 09.30 WIB sampai dengan 11.00 WIB

Komisi Penguji terdiri dari

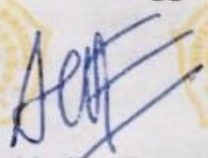
Ketua Penguji

  
Phonny Aditiawan Mulyana, SE.,MM

Anggota I


  
Anita Roosmawarni, SE.,M.SE

Anggota II


  
Ali Imaddudin Futuwah, S.Sos.,M.SM

Mengetahui,

Dekan

  
Dr. Mochamad Mochklas, S.Si.,MM

Ketua Program Studi

  
Dr. Dwi Songgo Panggayudi, ST.,MM

IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA CV. VIDI JAYA  
CEMERLANG

**Ashfiyatri Sastya Devi**

Prodi Manajemen FE-Universitas Muhammadiyah Surabaya

e-mail : dashfiyatri@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi oleh fenomena menurunnya industri percetakan karena maraknya industri online atau digital. Yang menyebabkan rata-rata produksi percetakan di Surabaya mengalami penurunan volume penjualan termasuk perusahaan percetakan CV. Vidi Jaya Cemerlang yang berada di kota Surabaya. Sehingga pemilik percetakan harus mempunyai strategi yang kuat untuk mempertahankan volume penjualannya. Adapun strategi yang di pilih oleh perusahaan percetakan ini adalah strategi pemasaran marketing mix. Tujuan utama dari penerapan strategi pemasaran marketing mix ini adalah untuk meningkatkan penjualan barang cetakan dengan menggunakan 7 aspek yaitu product, price, place, promotion, people, process dan Psycal Evidence. Sehingga Rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah Bagaimana Implementasi Bauran Pemasaran Pada CV. Vidi Jaya Cemerlang?

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan dengan data primer sebagai sumber data yang diperoleh dari hasil wawancara. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Proses analisis data yang peneliti lakukan adalah peneliti terlebih dahulu melakukan reduksi data yaitu data-data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Setelah itu peneliti melakukan penyajian data penelitian sedemikian rupa sehingga hasil penelitian diambil kesimpulan yang disajikan dalam bentuk naratif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Strategi pemasaran yang dilakukan CV. Vidi Jaya Cemerlang telah mampu meningkatkan omset penjualan perusahaan. Dengan selalu memperhatikan kualitas produk, harga dan distribusi barang. Dan juga dengan langkah pemanfaatan bauran pemasaran atau marketing mix yaitu, produk, harga, promosi, tempat, orang, proses dan bukti fisik.

Kata kunci : Manajemen pemasaran, Peningkatan Penjualan

IMPLEMENTATION OF THE MARKETING MIX AT CV. VIDIJAYA  
CEMERLANG

**Ashfiyatri Sastya Devi**

Management economic faculty Muhammadiyah university of Surabaya

e-mail : dashfiyatri@gmail.com

ABSTRACT

The research in this thesis is motivated by the phenomenon of the decline in the printing industry due to the rise of the online or digital industry. This has caused the average printing production in Surabaya to experience a decline in sales volume, including CV printing companies. Vidi Jaya Cemerlang is located in the city of Surabaya. So printing owners must have a strong strategy to maintain their sales volume. The strategy chosen by this printing company is a marketing mix marketing strategy. The main objective of implementing this marketing mix marketing strategy is to increase sales of printed goods using 7 aspects, namely product, price, place, promotion, people, process and psychological evidence. So the problem formulation in writing this thesis is How to Implement the Marketing Mix on CV. Vidi Jaya Cemerlang?

This research uses a qualitative approach with descriptive research type and with primary data as a source of data obtained from interviews. Data collection techniques in this research are observation, interviews and documentation. The data analysis process that the researcher carried out was that the researcher first carried out data reduction, namely data obtained from interviews, observations and documentation. After that, the researcher presented the research data in such a way that conclusions were drawn from the research results which were presented in narrative form.

The research results show that: The marketing strategy carried out by CV. Vidi Jaya Cemerlang has been able to increase the company's sales turnover. By always paying attention to product quality, price and distribution of goods. And also by using the marketing mix, namely, product, price, promotion, place, people, process and physical evidence.

*Keywords: Marketing management, Increased Sales*



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat, hidayah, dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya. Judul yang penulis ajukan adalah “Implementasi Bauran Pemasaran Pada CV. Vidi Jaya Cemerlang.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak, karena itu kami ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. dr. Sukadiono, MM., Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya
2. Dr. Mochamad Mochklas, S.Si.,MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya
3. Dr. Dwi Songgo Panggayudi, ST.,MM, selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya
4. Ibu Anita Roosmawarni S.E. M.SE selaku Dosen Pembimbing satu yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan dalam penyusunan proposal skripsi.
5. Ali Imaddudin Futuwah, S.Sos.,M.SM selaku Dosen Pembimbing dua yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan arahan selama

penyusunan proposal skripsi.

6. Seluruh jajaran dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
7. Kedua orang tua tercinta mama Sasmu Utami, SE dan papa Drs. Sulistyono, MM, kakak yang menyenangkan Ariffandi Sastya Indrajaya, ST dan keponakan terlucu Salma Aurel yang telah memberikan doa dan seluruh dukungan yang luar biasa hingga pada titik ini.
8. Keempat sahabat saya Henik Wahyuningsih yang paling tau segalanya, Gita Novelia yang paling cekatan, Tatik Melina yang suka nasehati teman dan Siti Hani Atol Farika yang paling kreatif dan pintar.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran dan masukan dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya.

Surabaya, 19 Januari 2024

Ashfiyatri Sastya Devi

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	6
BAB II TINJUAN PUSTAK .....	7
A. Landasan Teori .....	7
1. Bauran Pemasaran.....	7
2. Unsur-unsur Bauran Pemasaran.....	7
3. Bauran Promosi.....	16
4. Unsur-unsur Bauran Promosi.....	16
B. Temuan Terdahulu.....	19
C. Kerangka Berpikir .....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
A. Pendekatan Penelitian.....	22
B. Kehadiran Peneliti .....	23
C. Peran Peneliti .....	24
D. Sumber Data .....	24
1. Informan.....	24
2. Dokumentasi .....	24
E. Teknik Pengolahan Data.....	25
1. Metode Observasi .....	25

2. Metode Wawancara.....	26
3. Telaah Dokumen .....	27
F. Analisis Triangulasi .....	27
1. Triangulasi Teori.....	28
2. Triangulasi Sumber.....	28
3. Triangulasi Peneliti.....	28
4. Triangulasi Waktu.....	29
5. Triangulasi Metode.....	29
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>31</b>
A. Profil Objek/Subyek Penelitian.....	31
1. Sejarah Singkat CV. Vidi Jaya Cemerlang .....	31
2. Visi dan Misi CV. Vidi Jaya Cemerlang.....	31
3. Struktur Organisasi CV.Vidi Jaya Cemerlang .....	32
B. Paparan Data dan Temuan Penelitian .....	34
C. Analisi dan Pembahasan .....	41
1. Fungsi Manajemen .....	42
a. <i>Planning</i> .....	42
b. <i>Organizing</i> .....	42
c. <i>Actuating</i> .....	43
d. <i>Motivating</i> .....	44
e. <i>Staffing</i> .....	44
f. <i>Directing</i> .....	44
g. <i>Controlling</i> .....	46
h. <i>Innovating</i> .....	46
i. <i>Respresenting</i> .....	46
j. <i>Coordinating</i> .....	47
2. Merencanakan Program Pemasaran .....	47
a. Strategi Produk .....	47
b. Strategi Harga.....	48
c. Strategi Tempat .....	49
d. Strategi Promosi .....	49
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>55</b>

A. Kesimpulan .....	55
B. Saran .....	56
Daftar Pustaka .....	57
LAMPIRAN .....	58

## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Daftar Harga .....	42
-------------------------------	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	21
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	33

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Surat Tugas Dosen Pembimbing .....	59
Lampiran II Surat Ijin Penelitian Skripsi.....	60
Lampiran III Konfirmasi Penelitian Skripsi .....	61
Lampiran IV Kartu Bimbingan .....	62
Lampiran V Surat Bebas Plagiasi.....	63
Lampiran VI Surat Keterangan Bebas Pinjaman.....	64
Lampiran VII Endorsement Letter Pusba.....	65
Lampiran VIII Daftar Perbaikan Skripsi/Revisi Skripsi .....	66



## DAFTAR PUSTAKA

- Abu, Achmadi. Narbuko, Cholid. 2017. *Metodologi Penelitian: Memberikan Bekal Teoritis pada Mahasiswa Tentang Metodologi Penelitian Serta Diharapkan Dapat Melaksanakan Penelitian dengan Langkah-Langkah yang Benar*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Akcaj. Okan. 2012. "Marketing to Teenagers: The Influence of Color, Ethnicity, and Gender," *International Journal of Business and Social Science*, 3 (Maret).
- Artha Wahyu Rina. Ronald. Amelia. 2012. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Purchase Intention Melalui Social Media Marketing Terhadap Produk Frozen Yoghurt Sour Sally di Surabaya," *Jurnal GEMA AKTUALIA*, 12 (Desember).
- Dwiwinarsih, Rina. 2009. "Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Bakmi Aisy di Depok," *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 10 (Oktober).
- Muchtar Etna Widodo 2013. *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif R dan D*. Bandung 2 (Februari). .
- Kotler, Phillip. Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management 15th Edition/Global Edition*. England. Pearson.
- Kotler, Phillip. Armstrong, Gary. 2016. *Principles of Marketing 16th Edition*. England. Pearson.
- Abdul Manap 2016 *Revolusi Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Arman Hakim Nasution 2015 *Manajemen Industri*, Surabaya: Penerbit Andi.
- Burhan Bungin 2018 *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Daryanto 2012 *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Fendy Tjiptono 2015 *Strategi Pemasaran*, Edisi IV. Yogyakarta: Andi.
- George Terry 2010 *Prinsip-prinsip Manajemen*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.