

**STRATEGI PROMOSI YANG TEPAT GUNA
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA
PERUSAHAAN SUMBER AGUNG MALANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : Manajemen



Disusun oleh :
ADI TEGUH SISWANTO
02.220.025

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
2006**

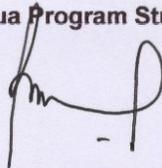
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : **Adi Teguh Siswanto**
Nomor Pokok : 01.22.0025
Universitas : **Merdeka Malang**
Fakultas : **Ekonomi**
Program Studi : **Manajemen**
Judul Skripsi : **Strategi Promosi Yang Tepat Guna Meningkatkan
Volume Penjualan Pada Perusahaan Sumber Agung
Malang**

Malang, 20 Februari 2006

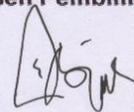
DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi



Dra. Erna Setijani, MM

Dosen Pembimbing



Dra. Eny Yuniriyanti, MM

Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. MAXION SUMTAKY, M.Si

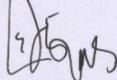
**STRATEGI PROMOSI YANG TEPAT GUNA
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA
PERUSAHAAN SUMBER AGUNG MALANG**

**Dipersiapkan Dan Disusun Oleh:
ADI TEGUH SISWANTO
02.22.0025**

Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji
Pada Tanggal 17 Februari 2006

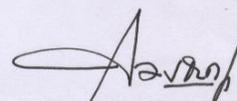
Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



Dra. Eny Yuniriyanti, MM

Sekretaris Penguji



Dra. Hj. Sunaryati, MM

Anggota Penguji



Drs. Sina Setyadi, MBA

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Malang, 20 Februari 2006
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Merdeka Malang



Drs. MAXION SUMTAKY, M.Si



SURAT KETERANGAN

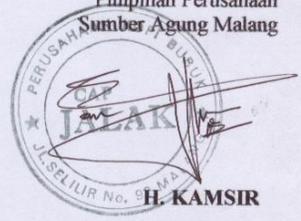
Yang bertanda tangan di bawah ini, Pimpinan Perusahaan Sumber Agung Malang menerangkan bahwa yang beridentitas di bawah ini:

Nama : **Adi Teguh Siswanto**
NPK : **02.22.0025**
Dari : **Universitas Merdeka Malang**
Fakultas : **Ekonomi**
Jurusan : **Manajemen**

Telah melaksanakan penelitian pada bidang Manajemen Pemasaran di Perusahaan Sumber Agung Malang sebagai salah satu persyaratan dalam mendapatkan gelar sarjana dengan judul skripsi "**Strategi Promosi Yang Tepat Guna Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Sumber Agung Malang**", terhitung mulai tanggal 22 November 2005 sampai dengan 22 Januari 2006 dengan bersikap baik dan mematuhi peraturan yang ada dalam melaksanakan penelitian di Perusahaan kami.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 25 Januari 2006
Pimpinan Perusahaan
Sumber Agung Malang



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Adi Teguh Siswanto

Nomor Pokok : 02.23.0025

Universitas : Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Tempat dan Tgl. Lahir : Malang, 25 Februari 1983

Alamat : Jl. Pisang Candi Barat 58 Sukun-Malang

Nama Orang Tua (Ayah): Suparman
(Ibu) : Atim

Riwayat Pendidikan : 1. Tahun 1995 Lulus SDN Pisang Candi III
2. Tahun 1998 Lulus SMPN I5 Malang
3. Tahun 2002 Lulus SMK Nusantara Malang
4. Tahun 2002 terdaftar sebagai mahasiswa
Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen
Universitas Merdeka Malang

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Alhamdulillah kepada hadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik dan tepat pada waktunya serta tidak shalawat serta salam kepada junjungan Nabi besar Rosulullah SAW atas perjuangan dan petunjuk-petunjuk yang disampaikan Malaikat Jibril kepada Beliau sehingga kita semua dapat menuju yang terang hingga akhir nantinya. Amin.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan baik dari segi bahasa, maupun wacana penulis dan yang terutama adalah keterbatasan waktu yang diberikan dalam penulisan skripsi ini, namun penulis telah berusaha secara semaksimal mungkin untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.

Dengan terselesaikannya penulisan skripsi ini maka penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak. Drs. Maxion Sumtaky, M.si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang.
2. Ibu Dra. Erna Setijani, MM, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Manajemen yang telah memberikan bantuan yang tak terhingga kepada penulis hingga terselesainya skripsi ini.
3. Ibu Dra. Kurnia Isnu, MM, selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Manajemen.

4. Ibu Dra. Eny Yuniriyanti, MM, selaku Dosen Pembimbing dan sekaligus Menjadi Ketua Penguji dimana beliau telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dra. Hj. Sunaryati, SE, MM, selaku Sekretaris Dosen Penguji yang telah berbagi ilmunya pada waktu pengujian.
6. Bpk. Drs. Sina Setyadi, SE, MBA, selaku Anggota Penguji yang telah berbagi ilmunya pada waktu pengujian.
7. Bapak H. Kamsir, selaku Pimpinan Perusahaan Sumber Agung Malang yang telah berkenan memberikan ijin untuk melaksanakan penelitian di Perusahaan Sumber Agung Malang.
8. Bapak Ibu-ku yang telah mendidikku, memarahiku kalau aku salah dan terima kasih yang sebesar-besarnya atas semua.
9. Untuk Cintaku telah menemaniku dari awal penulisan hingga akhirnya selesai, Engkaulah semangat hidupku.
10. Buat saudara-saudariku Banyak, om koko, Mbak Yas, n my little sister Wahyu terima kasih buat kalian.
11. Buat Dika, Ami, Lisa N Dinda yang gendut *you are soo funny*.
12. "Contrenk" Hery "Sokran", sorry kran ketika penulisan skripsi ini, aku jarang main ke kost mu, "you are my bro".
13. Untuk Ajeng, Atik, Anggoro, Avivi, Ratih, lim, dan semua teman-teman kelas A yang telah memberi saya pelajaran yang tidak ada pada bangku kuliah, Thank's friends.

14. Untuk Eko Santoso, Haris, Kipli, Gondrong, Pak Ketuplak, Topo, Puspa (TTG, Tante-tante girang), Elly, Wayan, Memed, Siadah, Wiwin, dan teman-teman yang mungkin tidak bisa saya sebutkan satu persatu, Thank's 4 all day that we spend 2gether.
15. Semua teman-teman KKN kelompok 03 desa Dalisodo Wagir, kita lalui dalam kesengsaraan hidup di desa.
16. Bapak Edi yang telah memberikan surat Ijin Penelitian untuk yang ketiga kalinya baru diterima untuk meneliti pada perusahaan.
17. Semua teman kelas A Manajemen, sorry guy's aku sering "bantai" kalian dalam seminar manajemen.
18. Dan semua pihak-pihak yang telah banyak membantu hingga selesainya penulisan skripsi ini.

Malang, 1 Maret 2006

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	
HALAMAN SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR GRAFIK.....	ix
ABSTRAKSI.....	x
LEMBAR MOTTO.....	xii
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	6
B. Pengertian Strategi.....	9
C. Promosi.....	10
1. Pengertian Promosi.....	10
2. Variabel-variabel Promosi.....	11
3. Strategi Promosi	15
D. Analisis SWOT.....	24
1. Analisis Eksternal.....	24
2. Analisis Internal.....	30
3. Matrik SWOT.....	31

4. Alternatif Pemilihan Strategi.....	33
E. Analisis SPACE.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Identifikasi dan Definisi Konseptual Variabel.....	46
B. Definisi operasional variabel.....	49
C. Ruang Lingkup Penelitian.....	52
D. Lokasi Penelitian.....	52
E. Sumber Data.....	52
F. Teknik Pengumpulan Data.....	53
G. Teknik Analisis Data.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	
1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	58
2. Lokasi Perusahaan.....	61
3. Bentuk Hukum Perusahaan.....	63
4. Struktur Organisasi.....	64
5. Organisasi dan Personalia.....	68
6. Hubungan Industrial Pancasila.....	72
7. Produksi dan Hasil Produksi.....	72
8. Pemasaran.....	80
9. Keuangan.....	84
10. Tujuan Perusahaan.....	85
B. Pembahasan Penelitian	
• Lingkup Eksternal Perusahaan.....	86
a. Ekonomi.....	86
b. Sosial Budaya.....	92
c. Politik Hukum.....	92
d. Teknologi.....	93
e. Demografi.....	94
2. Lingkup Internal Perusahaan.....	96
a. Strategi Bauran Promosi.....	96

1) Periklanan	96
2) Personal Selling	98
3) Promosi Penjualan.....	104
4) Public Relation.....	108
5) Direct Marketing.....	109
b. Strategi Pemilihan Media	111
3. Analisa SWOT	113
4. Matrik SPACE.....	120

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	126
B. Saran.....	128

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Berbagai Kekuatan dan Kelemahan Media.....	22
2 Matrik SWOT.....	32
3 Matrik SPACE.....	43
4 Jumlah Karyawan.....	67
5 Kualitas Karyawan.....	68
6 Harga Bahan Baku.....	71
7 Daftar Harga Produk.....	78
8 Biaya periklanan.....	97
9 Daftar Jumlah Agen / Pengecer.....	99
10 Target Penjualan Tahun 2003.....	100
11 Realisasi Penjualan Tahun 2003.....	101
12 Target Penjualan Tahun 2004.....	102
13 Realisasi Penjualan Tahun 2004.....	103
14 Strategi Promosi Penjualan	106
15 Biaya Direct Marketing.....	110
16 Biaya Promosi.....	112
17 Matrik EFAS.....	114
18 Matrik IFAS.....	115
19 MATRIK Internal Eksternal.....	116
20 Matrik SWOT.....	118
21 Matrik SPACE.....	122

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tahap-tahap Product Life Cycle (PLC).....	16
2 Tahap-tahap Kesiapan Pembeli.....	17
3 Lingkungan Ekstern Perusahaan.....	29
4 Struktur Organisasi.....	62
5 Proses Produksi.....	73
6 Diagram SWOT.....	120

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1 Grafik SPACE.....	122
----------------------------	-----

ABSTRAKSI

Dalam perkembangan dunia usaha dewasa ini terjadi pergeseran dari cara berusaha yang konvensional menuju ke arah suatu usaha yang makin modern dan lebih bersaing. Hal ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya perusahaan yang didirikan melalui unit-unit usaha dalam perusahaan, semakin cenderung ke arah kompetisi persaingan yang tajam. Untuk itulah perusahaan harus mampu mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dengan selalu menganalisa kesempatan apa saja yang dapat dimanfaatkan dan juga harus bersiap sedia dalam menghadapi ancaman-ancaman yang mungkin terjadi.

Dalam hal ini analisis SWOT mempunyai peranan sangat penting di dalam membantu mengidentifikasi dan menganalisis terhadap peluang maupun ancaman di lingkungan eksternal perusahaan, serta kekuatan maupun kelemahan di dalam lingkungan internal perusahaan itu sendiri. Dari proses penganalisaan lingkungan lingkungan dan eksternal perusahaan maka akan dapat membantu perusahaan untuk menentukan strategi pemasaran yang benar-benar tepat agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Strategi pemasaran merupakan strategi fundamental yang direncanakan untuk dapat mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang telah dimiliki. Strategi pemasaran ini diharapkan akan dapat digunakan di dalam perusahaan Sumber Agung Malang.

Sehubungan dengan penganalisaan lingkungan tersebut, metode analisis yang digunakan adalah IFAS (*Internal Factor Strategy Summery*) untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan lingkungan internal perusahaan, EFAS (*External Factor Strategy Summery*) yang digunakan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman lingkungan eksternal perusahaan. Dari IFAS dan EFAS maka dikembangkan menjadi Matriks IE (*Internal External*) untuk mengetahui strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan. Dari matriks IFAS dan EFAS maka dikembangkan ke dalam matriks SWOT, hal ini dapat dijabarkan menjadi strategi SO (*Strenght Opputunity*) artinya pemanfaatan peluang untuk memperkuat kekuatan yang dimiliki perusahaan, ST (*Strenght Oppurtunity*) artinya kekuatan yang dimiliki untuk menghindari ancaman, WO (*Weakness Oppurtunity*) artinya memanfaatkan peluang untuk mengurangi kelemahan yang ada. Dan terakhir adalah WT (*Weakness Threat*) artinya perlu mengurangi kelemahan yang ada untuk menghindari adanya ancaman. Diagram SWOT dalam hal ini membantu menentukan posisi perusahaan dan alternatif strategi yang dapat dipakai oleh perusahaan. Dan terakhir adalah matrik SPACE dimana alat ini digunakan untuk menguji konsistensi dari analisis SWOT, dan ternyata hasil yang didapat tidak ditemukan perbedaan yang begitu mencolok dari kedua alat analisis strategi tersebut. Dimana hasil dari dari matrik ditemukan bahwa

sebaiknya Perusahaan Sumber Agung Malang sebaiknya menggunakan strategi kompetitif. Dan yang paling utama dalam pembahasan ini adalah analisis SWOT sebagai alat bantu dalam menentukan strategi Promosi yang dapat digunakan oleh Perusahaan Sumber Agung Malang adalah menggunakan strategi pertumbuhan Internal melalui diversifikasi konsentrik, yaitu dengan melakukan pengembangan pasar, pengembangan produk, dan penetrasi, pasar.