

STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN PADA CV. INDAH FURNI



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Disusun oleh.

IIS AYU LESTARI

NIM. 131110001018

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM NAHDLATUL ULAMA
JEPARA
2018**

Halaman Persetujuan

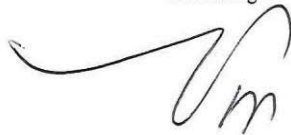
STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN PADA CV. INDAH FURNI

Skripsi ini telah disetujui pembimbing dan siap untuk dipertahankan dihadapan tim
penguji skripsi program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Nama : Iis Ayu Lestari
NIM : 1311100001018
Program Studi : Manajemen

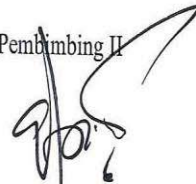
Disetujui Oleh Pembimbing

Pembimbing I



Noor Arifin, S.E., M.Si.
tgl. 27-3-2018

Pembimbing II




Eko Nur Fuad, S.E., M.M.
tgl. 29-3-2018

STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN PADA CV. INDAH FURNI

Nama : Iis Ayu Lestari
NIM : 1311100001018
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan penguji
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Pada hari Kamis, tanggal 12 April 2018


Penguji I

Nurul Komaryatin S.E., M.Si.

Penguji II

Murharsito S.E., M.Sc.

Mengesahkan

Ketua
Program Studi Manajemen


A. Khoirul Anam S.E., M.Si.
NIY. 180042106041

MOTO DAN PERSEMBAHAN SKRIPSI

❖ MOTO

Mimpikan mimpi yang menjulang, dan jadilah seperti yang kau impikan. Visi yang kau miliki adalah janji seperti apa kau suatu hari nanti; cita-cita yang kau miliki adalah ramalan yang akan kau ungkapkan pada akhirnya (James Allen).

Kesempatan hadir untuk memberi peluang, tapi kesempatan tidak memberi jeda tuk menunggu berpikir ulang. Terkadang kesempatan harus dicari namun dia tidak suka menunggu. Dan Kesempatan selalu bersandingan dengan sebuah keputusan di antara pilihan (By).

믿고기다렸는데
오늘도 내일도또다시일어나
불꺼진창문 틈사이한줄기빛
언젠가는 화히비취기를
(Crying Out, Do.)

❖ PERSEMBAHAN SKRIPSI

Teruntuk kedua orang tua yang saya sayangi dan kasihi. Terima kasih atas segala tetes air mata dalam doa, dukungannya, semangat, serta motivasinya. Tanpa Bapak dan Ibu, tentu saja saya tidak akan sampai pada titik ini. Teruntuk kakak, adik, para sahabat, dan teman. Terima kasih atas pemberian semangat dan dukungannya sampai saya berhasil menyelesaikan skripsi ini. Dan untuk semua yang telah berpartisipasi dalam pembuatan Skripsi ini, saya ucapkan banyak terima kasih.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dari Program S-1 jurusan Manajemen seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar Strata I (S-1) dari Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara maupun dari Perguruan Tinggi lain.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi ini telah saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi berjudul: Strategi Peningkatan Penjualan pada CV. Indah Furni.
2. Saya juga mengakui bahwa hasil karya akhir ini, dapat diselesaikan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari pembimbing saya yaitu:
 - a. Noor Arifin, S.E., M.Si.
 - b. Eko Nur Fuad, S.E., M.M.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima PENCABUTAN GELAR AKADEMIK yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jepara, 2 April 2018



ABSTRAK

Perkembangan dunia bisnis pada sektor industri di Indonesia saat ini berkembang cukup baik. Berdasar dari keterangan yang telah diketahui dari ASMINDO (Indonesia *Furniture and Handicraft Industry Association*). Membeli produk-produk furnitur telah menjadi suatu unsur yang penting dalam kehidupan masyarakat modern. Produk *furniture* diharapkan menjadi alternatif pilihan terbaik yang dimanfaatkan untuk menjadi pelengkap pada produk rumah, kantor, dan yang lainnya. Oleh karena itu, produk-produk furnitur semakin banyak dicari mengingat begitu pesatnya perkembangan pertumbuhan pembangunan.

Perusahaan dihadapkan pada tantangan untuk dapat menjualkan produknya. Dalam menghadapi persaingan, perusahaan perlu melakukan studi yang berkenaan tentang bauran pemasaran yang sesuai agar penjualan meningkat dan memaksimalkan kualitas serta mutu dari produk yang dipasarkan. Tujuan dalam penelitian ini. Untuk Mengetahui Pengaruh *Marketing Mix* di CV. Indah Furni dalam Meningkatkan Penjualannya. Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kualitatif, di mana pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan dengan turun langsung kepada objek penelitian dengan alat analisis berupa wawancara langsung dengan informan dan observasi.

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa perusahaan melakukan strategi *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran). Strategi Marketing Mix (Bauran Pemasaran) yang dilakukan oleh CV. Indah Furni: (1) *Product* (Produk): Melakukan sebuah inovasi dan melayani pemesanan secara *custom*, (2) *Price* (Harga): Memberi harga yang terjangkau. (3) *Place* (Tempat): Lokasi yang mudah diakses, (4) *Promotion* (Promosi): Memanfaatkan media internet. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan CV. Indah Furni membutuhkan adanya perbaikan terkait strategi *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) karena mempunyai pengaruh dan peranan yang sangat penting dalam hal peningkatan penjualan untuk kedepannya.

Kata Kunci: Strategi, Strategi Pemasaran, *Marketing Mix*, Bauran Pemasaran.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT., Tuhan Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya. Tuhan yang menciptakan manusia, baik laki-laki maupun perempuan sebagai makhluk ciptaannya yang paling sempurna di antara makhluknya. Shalawat serta salam untuk Nabi Muhammad SAW., para sahabat dan keluarga, serta semua keturunannya sampai akhir zaman. Sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir ini. Penulisan karya akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Islam Nahdlatul Ulama. Penulis menyadari bahwa hal yang telah dicapai selama ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan serta segenap ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Sa'dullah Assaidi, M. Ag. selaku Rektor Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
2. Bapak Much. Imron, S.E., M.M. selaku Dekan program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. Bapak A. Khoirul Anam, S.E., MSi. selaku ketua jurusan program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
4. Untuk kedua dosen pembimbing saya yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan, berdiskusi memberikan masukan dan memotivasi penulis dalam penyusunan karya akhir ini, yaitu:

- a. Bapak Noor Arifin, S.E., Msi.
- b. Bapak Eko Nur Fuad, S.E., MM.
5. Kedua orang tua penulis, yang senantiasa memberi kasih sayang tulus tiada tara. Selalu ada menemani disetiap kisah kehidupan ini serta serta menjadi inspirasi, penyemangat, penjaga, pengingat, serta sahabat bagi penulis dalam setiap langkah kehidupan penulis.
6. Kakak dan adik penulis yang dengan setia selalu memberi dukungan dan semangat, canda dan tawanya.
7. Sahabat terbaik penulis tersayang dan selalu ada menemani di kala teduh maupun teriknya hidup ini.
8. Seluruh teman-teman kelas W yang senantiasa memberikan dukungan serta motivasinya.
9. Seluruh teman-teman organisasi KSR PMI Kab. Jepara.

DAFTAR ISI

Halaman Persetujuan.....	ii
MOTO DAN PERSEMBAHAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Ruang Lingkup Penelitian.....	5
1.3. Rumusan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	6
1.5.2. Manfaat Praktis	6
1.6. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1. Strategi	9
2.1.2. Penjualan.....	11
2.1.3. Pemasaran	12

2.1.4. Penelitian Terdahulu	29
2.1.5. Kerangka Pemikiran Teoritis	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1. Metode Pendekatan Masalah	33
3.2. Unit Analisis	35
3.2.1. Subjek Penelitian	35
3.2.2. Informasi Penelitian	36
3.2.3. Lokasi Penelitian.....	36
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	37
3.4. Metode Pengolahan Data	38
3.5. Teknik Analisis Data.....	40
3.5.1. Keabsahan Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1. Waktu Penelitian	43
4.2. Gambaran Umum Objek Penelitian	43
4.2.1. Struktur Organisasi	44
4.3. Hasil Penelitian	45
4.4. Pembahasan.....	50
BAB V Kesimpulan dan Saran	53
5.1. Kesimpulan	53
5.2. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	56
Lampiran I Panduan Wawancara	59
Lampiran II Dokumentasi Penelitian	60

Lampiran III Tahapan Penelitian	61
---------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 4.1 Wawancara Narasumber I	46
Tabel 4.2 Wawancara Narasumber II	47
Tabel 4.3 Wawancara Narasumber III	48
Tabel 4.4 Wawancara Narasumber IV	49
Tabel 4.5 Triangulasi <i>Marketing Mix</i>	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Total Penjualan CV. Indah Furni.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV. Indah Furni.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Panduan wawancara	59
Lampiran II Dokumentasi Penelitian	60
Lampiran III Tahapan Penelitian.....	61