

**STRATEGI MARKETING MIX DALAM PENINGKATAN VOLUME
PENJUALAN PRODUK SABUN MANDI
(Studi pada PT. Wings Surya Atambua)**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Timor*



OLEH

NOVRIANA ANITA NAHAK
NPM 41170092

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TIMOR
KEFAMENANU
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

**"STRATEGI MARKETING MIX DALAM PENINGKATAN VOLUME
PENJUALAN PRODUK SABUN MANDI"**
(Studi pada PT. Wings Surya Atambua)

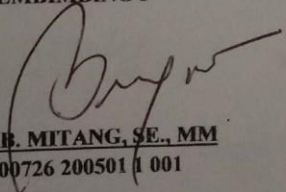
Diajukan Oleh:

NOVRIANA ANITA NAHAK

41170092

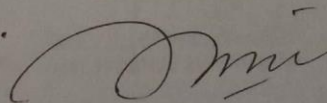
Telah Disetujui Oleh:

PEMBIMBING I



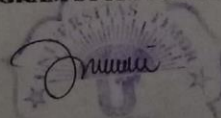
BERNO B. MITANG, SE., MM
NIP. 19700726 200501 1 001

PEMBIMBING II



DESMON R. MANANE, SE., MM

MENGETAHUI
KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN



ELFRIDA D. NAIHATI, SE., MM
NIP. 19880523 200504 2 002

HALAMAN PENGESAHAN

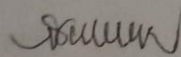
"STRATEGI MARKETING M&X DALAM PENINGKATAN VOLUME
PENJUALAN PRODUK SABUN MANDI"
(Studi pada PT Wings Surya Atambua)

Skripsi Ini Telah Dipertahankan Dalam Ujian Skripsi
Yang Dilaksanakan Pada :

Hari/Tanggal : Senin, 14 Februari 2022
Jam : 10.00-11.30
Tempat : FEB II
Saudari : NOVRIANA ANITA NAHAK
NPM : 41170092
Dinyatakan : LULUS Dengan Nilai A
Predikat Kelulusan : Sangat Memuaskan

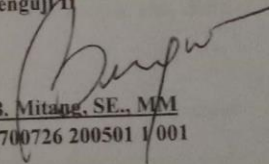
TIM PENGUJI

Penguji Utama



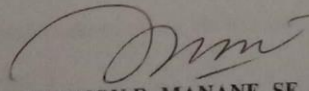
Dominikus K. Duli, SE., MM
NIP. 19591027 201305 1 001

Penguji II



Berno B. Mitang, SE., MM
NIP. 19700726 200501 1 001

Penguji III



DESMON R. MANANE, SE., MM

Mengotahui
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



Dr. Kamilaus K. Oki, SE., ME
NIP. 19690925 200501 1 001

PERNYATAAN
ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam SKRIPSI dengan judul :

“STRATEGI MARKETING MIX DALAM PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PRODUK SABUN MANDI (Study pada PT. Wings Surya Atambua)”

Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia SKRIPSI ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh Sarjana Ekonomi (SE) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU NO. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Kefamenanu, Februari 2022

Mahasiswa



(Novriana Anita Nahak)

MOTTO

“Ia akan mengubah Segala Sesuatu indah pada waktunya”.

(Pengkhotbah, 3:11)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan untuk :

1. Kepada Tuhan Yesus dan Bunda Maria atas berkat dan perlindungan-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini tepat pada waktunya.
2. Kepada orangtua tercinta : Bapak Antonius Nahak, mama Margaretha Roman dan almarhum nene Herkulana Abuk, yang telah membesarkan penulis dengan penuh kasih sayang serta selalu mendoakan penulis.
3. Kakak-adikku : Yulius Foun Nahak, Adrianus Robi Nahak, Falensia Oci Nahak, Aprilia Nahak, yang dengan caranya masing-masing selalu memberikan motivasi, dukungan dan doa kepada penulis.
4. Keluarga tercinta yang tidak sempat disebutkan nama satu persatu yang selalu mengajar dan memberikan nasihat kepada penulis selama menjalani masa perkuliahan di Universitas Timor.
5. Kekasih hati Santo Andreas Ati, S.Pd yang telah memberikan motivasi dan doa kepada penulis.
6. Teman- temanku : Lita Manek, Vira Sasi, Yuli Bano, Delvi Nahak, Ati Paula, Elis Moy, Irene Nome, Vina Lisu, Elma Manek, yang dengan caranya masing-masing selalu memberikan motivasi serta dukungan kepada penulis.

7. Teman – teman kos mutiara yang tidak sempat disebutkan nama satu persatu yang dengan caranya masing - masing selalu memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis.
8. Almamaterku tercinta Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Universitas Timor.

ABSTRAK

NOVRIANA ANITA NAHAK, 41170092, STRATEGI MARKETING MIX DALAM PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PRODUK SABUN MANDI (Studi pada PT. Wings Surya Atambua). Di bawah bimbingan Bapak Berno B. Mitang, SE.,MM dan Bapak Desmon R. Manane, SE.,MM masing –masing sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II.

Penelitian ini dilaksanakan pada PT. Wings Surya Atambua, jalan Laksamana Yossudarso kilo meter 5, kelurahan Umanen, kecamatan Atambua, kabupaten Belu. Masalah utama dalam penelitian ini yakni adanya penurunan dan ketidakstabilan volume penjualan produk sabun mandi pada PT. Wings Surya Atambua selama beberapa tahun terakhir sehingga perusahaan membutuhkan strategi untuk peningkatan volume penjualan dalam waktu yang panjang. tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Marketing Mix dalam Peningkatan Volume Penjualan Produk Sabun Mandi pada PT. Wings Surya Atambua. Data yang digunakan dalam penelitian ini yakni data primer yang berkaitan dengan indicator penelitian yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT.

*Hasil analisis mengenai posisi PT. Wings Surya Atambua dengan menggunakan analisis Diagram dan Matriks SWOT menunjukkan bahwa PT. Wings Surya Atambua berada dalam fase pertumbuhan yang stabil. Dengan nilai faktor internal 2,705 dan nilai faktor eksternal sebesar 3,277. Strategi pengembangan yang cocok diterapkan pada PT. Wings Surya Atambua dalam meningkatkan volume penjualan produk sabun mandi adalah Strategi ST (**Strength dan Threats**). Posisi ini menandakan bahwa PT. Wings Surya Atambua menggunakan kekuatan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.*

Kata kunci : Strategi, Strength, Weaknesses, Opportunity, Threat (SWOT)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karuniaNya penulis diberikan kekuatan serta berkat untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“STRATEGI MARKETING MIX DALAM PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PRODUK SABUN MANDI (Study pada PT. Wings Surya Atambua)”** dengan baik.

Dalam penulisan skripsi ini penulis mendapatkan bimbingan serta arahan dari beberapa pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Berno B. Mitang, SE.,MM sebagai dosen pembimbing utama yang membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Desmon R. Manane, SE.,MM sebagai dosen pembimbing pendamping yang membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Elfrida Desiderata Naihati, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan kesempatan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Bapak Dr. Kamilaus Konstance Oki, SE., ME, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
5. Bapak/Ibu Dosen serta seluruh karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang selama ini membimbing, memberikan bekal kepada penulis selama kuliah hingga selesai skripsi ini.
6. Manager PT. Wings Surya Atambua dan semua karyawan yang telah mengijinkan penulis untuk melakukan penelitian.

7. Teman- teman seperjuangan program studi manajemen angkatan 2017 yang dengan iklash berbagi ilmu, memberikan masukan berupa saran dan kritik kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari berbagai pihak yang bersifat membangun sangat diharapkan oleh penulis demi penyempurnaan skripsi ini.

Kefamenanu, Februari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.	i
HALAMAN PERSETUJUAN.	ii
HALAMAN PENGESAHAN.	iii
PERNYATAAN ORSILITAS SKRIPSI.	iv
MOTTO.	v
PERSEMBAHAN.	vi
ABSTRAK.	vii
KATA PENGANTAR.	viii
DAFTAR ISI.	ix
DAFTAR TABEL.	x
DAFTAR GAMBAR.	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.	1
1.2 Rumusan Masalah.	11
1.3 Tujuan Penelitian.	11
1.4 Manfaat Penelitian.	11

BAB II TINJAUAN TEORITIS

2.1 Strategi Pemasaran.	12
2.2 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran.....	19
2.3 Volume Penjualan.	28
2.4 Analisis SWOT.	33
2.5 Kerangka Berpikir	46

2.6 Penelitian Terdahulu	47
2.7 Definisi Konsep.....	48

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	53
3.2 Metode Penelitian.....	53
3.3 Populasi dan Sampel.....	54
3.4 Sumber Data.....	56
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.6 Instrumen Penelitian.....	57
3.7 Teknik Analisis Data (Analisis SWOT).....	59
3.8 Penerapan Strategi Bisnis.....	66
3.9 Implementasi Strategi Bisnis.....	68

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	70
4.2 Karakteristik Responden.....	72
4.3 Uji Instrumen.....	75
4.4 Analisis SWOT.....	79
4.5 Pembahasan Analisis SWOT.....	98

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran.....	109

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Produk Sabun Mandi pada PT. Wings Surya Atambua	10
Tabel 2.1	Model MATRIX SWOT Kuantitatif	42
Tabel 2.2	Matrix SWOT Kearns.....	44
Tabel 2.3	Penelitian Terdaluhu.	47
Tabel 2.4	Defenisi Konsep.	50
Tabel 3.1	Matrix IFAS.....	61
Tabel 3.2	Matrix EFAS.	61
Tabel 3.3	Matriks Faktor Internal PT. Wings Surya Atambua.....	62
Tabel 3.4	Matriks Faktor Eksternal PT. Wings Surya Atambua.....	64
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	72
Tabel 4.2	Distribusi Responden Menurut Umur.	73
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Menurut Status Pekerjaan.	73
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan Terakhir.	75
Tabel 4.5	Uji Validitas.....	76
Tabel 4.6	Uji Reabilitas.....	78
Tabel 4.7	Indikator Bobot Kekuatan.	81
Tabel 4.8	Indikator Bobot Kelemahan.	82
Tabel 4.9	Indikator Bobot Peluang.....	83

Tabel 4.10	Indikator Bobot Ancaman.	85
Tabel 4.11	Indikator Bobot Kekuatan.	87
Tabel 4.12	Indikator Bobot Kelemahan.	88
Tabel 4.13	Indikator Bobot Peluang.	89
Tabel 4.14	Indikator Bobot Ancaman.	90
Tabel 4.15	Rating Patokan Dalam Penilaian.	92
Tabel 4.16	Faktor Strategi Internal (IFAS).	93
Tabel 4.17	Faktor Strategi Eksternal (EFAS).	94
Tabel 4.18	Matriks SWOT Strategi Peningkatan Volume Penjualan Produk Sabun Mandi Pada PT. Wings Surya Atambua.	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir.	46
Gambar 3.1	SWOT Kuadran.	65
Gambar 4.1	Hasil Analisis SWOT.	96
Gambar 4.2	Matriks SWOT Analisis.	100

LAMPIRAN

1. Daftar Pertanyaan (Kuisisioner)
2. Tabulasi Jawaban Responden
3. Hasil Olahan Data