

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PRODUK PADA PT. FLORESINDO
KABUPATEN ENDE**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



OLEH:

**AGUSTINA HELNI HARYATI
2020410213**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS FLORES
ENDE
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

NAMA : AGUSTINA HELNI HARYATI

Nim : 2020410213

**Judul : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK
PADA PT. FLORESINDO KABUPATEN ENDE**

Ende, 22 Januari 2025

**Telah Diuji dan Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Flores**

Pembimbing I

Pembimbing II


Lambertus Langga, SE., M.Sc
NIDN. 0825077101


Gabriel Tanusi, SE., M.Si
NIDN. 0827067101

**Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores**



Chairperson, SE., MM
NIDN. 0814109101

LEMBARAN PENGESAHAN

Telah Diterima dan Disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores untuk Dipertahankan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 22 Januari 2025



Mengesahkan
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Rafael Octavianus Byre, SE., M.Se
NIDN. 0826097401



Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen

Maria Endang Jamu, SE., MM
NIDN. 0814109101

Dewan Penguji :

1) Dr. Rafael Octavianus Byre, SE., M.Se
NIDN. 0826097401

2) Maria Endang Jamu, SE., MM
NIDN. 0814109101

3) Santy Permata Sari, S.AB., MM
NIDN. 0829069001

4) Gabriel Tanusi, SE., M.Si
NIDN. 0827067101

5) Lambertus Langga, SE., M.Sc
NIDN. 0825077101

1)

2)

3)

4)

5)



UNIVERSITAS FLORES
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul : **“Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada Pt. Floresindo Kabupaten Ende”**. Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal, 22 Januari 2025 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. bila kemudian terbukti bahwa ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 22 Januari 2025
Yang Memberi Pernyataan



Agustina Helni Haryati
2020410213

MOTTO

**“SETETES KERINGAT ORANG TUA KU YANG KELUAR, ADA
SERIBU LANGKAH KU UNTUK MAJU”**

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam kepada Tuhan Yang Maha Esa, skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. **Orang Tua Tercinta**, Bapak Hubertus Wagung dan Mama Matildis Nanul yang telah menjadi sumber inspirasi, dukungan, dan doa yang tak henti-hentinya, serta cinta kasih yang tiada tara sepanjang perjalanan hidupku. Tidak lupa kakak Bernisia Jelina Ratna, kakak Heribertus Nampak, kakak Hironimus Sara yang selalu memberikan semangat dan doa.
2. **Keluarga**, yang selalu memberi semangat dan dorongan dalam menghadapi setiap tantangan serta memberikan kehangatan dalam setiap langkah.
3. **Dosen pembimbing** Bapak Lambertus Langga, SE.,M.Sc dan Bapak Gabriel Tanusi, SE.,M.Si yang telah banyak memberikan masukan, kritik-saran dan memotivasi, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
4. **Semua pihak** yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan kontribusi dan bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. **Almamater Tercinta** Universitas Flores Ende.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK PADA PT. FLORESINDO KABUPATEN ENDE**”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi pada tingkat pendidikan sarjana.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor dan para pembantu Rektor Universitas Flores
2. **Bapak Dr. Rafael Octavianus Byre, SE., M.Se** selaku Dekan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores Ende.
3. **Bapak Lambertus Langga, SE.,M.Sc dan Bapak Gabriel Tanusi, SE.,M.Si** selaku dosen pembimbing yang sabar dan telaten memberikan arahan serta masukan berharga selama penyusunan skripsi ini.
4. **Direktur PT. Floresindo Ende dan seluruh staf** yang telah memberikan kesempatan dan dukungan dalam melakukan penelitian.
5. **Orang Tua Tercinta**, Bapak Hubertus Wagung dan Mama Matildis Nanul yang telah menjadi sumber inspirasi, dukungan, dan doa yang tak henti-hentinya, serta cinta kasih yang tiada tara sepanjang perjalanan hidupku. Tidak lupa kakak Bernisia Jelina Ratna, kakak Heribertus Nampak, kakak Hironimus Sara yang selalu memberikan semangat dan doa.

6. **Semua pihak** yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan kontribusi dan bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan berkontribusi dalam penyelesaian karya ini.

Ende, Februari 2025

Penulis

ABSTRAK

Agustina Helni Haryati, NIM: 2020410213, 2025, Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada PT. Floresindo Kabupaten Ende. Skripsi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores,
Pembimbing I : Lambertus Langga, SE.,M.Sc
Pembimbing II : Gabriel Tanusi, SE.,M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran pada PT. Floresindo Kabupaten Ende khususnya bauran pemasaran (Marketing Mix) yang diterapkan perusahaan. Kemudian untuk mengetahui hasil analisa Kekuatan (Strenght), Kelemahan (Weakness), Peluang (Opportunities), dan Tantangan (Threat) serta gambaran strateginya sehingga dapat diaplikasikan untuk peningkatan penjualan produk. Dengan menggunakan Teknik penelitian SWOT, Matriks, EFAS, dan IFAS serta diagram cartecius. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu studi kasus yang menghasilkan data-data deskriptif yang dituangkan dalam kata-kata. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini penulis melakukan kunjungan langsung ke PT. Floresindo Kabupaten Ende untuk melakukan wawancara pribadi dengan Direktur PT. Floresindo Kabupaten Ende dan dilengkapi dengan data-data penjualan beberapa 5 tahun kebelakang. Kesimpulan dari analisis yang dilakukan pada strategi pemasaran PT. Floresindo Kabupaten Ende adalah perusahaan telah menjalankan strategi pemasaran dengan benar dan tepat dan pada perhitungan analisis SWOT yang dituangkan pada diagram cartesius proderma berada di posisi kuadran 1 yaitu Growth. Yang mana perusahaan dapat mengembangkan, mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk agar masyarakat terus percaya pada produk yang ada di PT. Floresindo Kabupaten Ende.

Kata Kunci: Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman

ABSTRACT

Agustina Helni Haryati, NIM: 2020410213, 2025, Marketing Strategy Analysis in Increasing Product Sales Volume at PT. Floresindo Ende Regency. Thesis, Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Flores,
Supervisor I: Lambertus Langga, SE.,M.Sc
Supervisor II: Gabriel Tanusi, SE.,M.Si

This study aims to analyze the marketing strategy at PT. Floresindo, Ende Regency, especially the marketing mix implemented by the company. Then to find out the results of the analysis of Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats and a description of the strategy so that it can be applied to increase product sales. By using SWOT, Matrix, EFAS, and IFAS research techniques and Cartesian diagrams. This study uses a qualitative method, namely a case study that produces descriptive data expressed in words. The data collection technique in this study, the author made a direct visit to PT. Floresindo, Ende Regency to conduct a personal interview with the Director of PT. Floresindo, Ende Regency and equipped with sales data for the past 5 years. The conclusion of the analysis carried out on the marketing strategy of PT. Floresindo, Ende Regency is that the company has implemented a marketing strategy correctly and precisely and in the calculation of the SWOT analysis expressed in the Cartesian diagram, Proderma is in quadrant 1, namely Growth. Which company can develop, maintain and improve product quality so that the public continues to trust the products of PT. Floresindo Ende Regency.

Keywords: Strenght, Weakness, Opportunities, Threat

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Kajian Pustaka	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	8

2.1.2. Pengertian Strategi.....	9
2.1.3. Pengertian Strategi Pemasaran	10
2.1.4. Volume Penjualan.....	19
2.1.4.1. Pengertian Penjualan.....	19
2.1.4.2. Tujuan Penjualan.....	19
2.1.4.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan.....	20
2.1.4.4. Pengertian Volume Penjualan.....	22
2.1.5. Mengadakan discount atau potongan harga. Jenis Produk yang Dipasarkan	23
2.1.5.1. Produk Konsumsi.....	23
2.1.5.2. Barang Industri.....	24
2.1.6. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemasaran	25
2.1.6.1. Faktor lingkungan eksternal.....	25
2.1.6.2. Faktor internal.....	26
2.2. Analisis SWOT.....	27
2.2.1. Pengertian Analisis SWOT.....	27
2.2.2. Fungsi, Manfaat, dan Tujuan Analisis SWOT	28
2.2.2.1. Fungsi Analisis SWOT	28
2.2.2.2. Manfaat Analisis SWOT.....	29
2.2.2.3. Tujuan Analisis SWOT.....	29
2.2.3. Mekanisme dan Ancangan Strategi SWOT.....	30
2.3. Penelitian Terdahulu.....	37
2.4. Kerangka Pemikiran	41

BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1. Jenis Penelitian	42
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	42
3.3. Objek Penelitian	42
3.4. Jenis dan Sumber Data Penelitian	43
3.5. Teknik Pengumpulan Data	43
3.6. Analisis Data.....	44
3.6.1. Tahapan dalam Analisis SWOT	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1. Gambaran Umum PT. Floresindo Kabupaten Ende	50
4.1.1. Sejarah Berdirinya PT. Floresindo Ende	50
4.1.2. Visi dan Misi PT. Floresindo.....	51
4.1.3. Struktur Organisasi PT. Floresindo Kabupaten Ende.....	51
4.2. Hasil Penelitian dan Analisis Data	56
4.2.1. Hasil Penelitian.....	56
4.2.1.1. <i>Matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS)</i>	56
4.2.1.2. <i>Matriks Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)</i>	59
4.2.2. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada PT. Floresindo Ende	66
4.2.3. Perkembangan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada PT. Floresindo Kabupaten Ende.....	76
4.2.4. Deskripsi Responden Karyawan dan Distributor PT. Floresindo Kabupaten Ende	78

4.3. Pembahasan	79
-----------------------	----

BAB V PENUTUP.....	82
---------------------------	-----------

5.1. Kesimpulan	82
-----------------------	----

5.2. Saran	83
------------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Data Barang yang di Pasarkan Sederhana PT. Floresindo Kabupaten Ende	6
Table 1.2 Data Penjualan Sederhana PT. Floresindo Kabupaten Ende.....	6
Table. 2.1 Aspek SWOT	33
Tabel 2.2 Maktrik Swot.....	35
Tabel. 2.3 Penelitian Terdahulu.....	38
Table 3.1 Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)	44
Tabel 3.2 Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)	46
Table 3.3 Matriks SWOT	48
Table 4.1 Analisis Faktor Internal “PT. Floresindo Kabupaten Ende.....	57
Tabel 4.2 Analisis Faktor Internal “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada PT. Floresindo Kabupaten Ende”	58
Table 4.3 Analisis Faktor Eksternal “PT. Floresindo Kabupaten Ende”	59
Tabel 4.4 Matriks Evaluasi EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)	60
Tabel 4.5 Matriks SWOT PT. Floresindo Ende	64
Table 4.6 Data Penjualan Lima Tahun Terakhir PT. Floresindo Ende	77
Table 4.7 Data Responden.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT	34
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	36
Gambar 3.1 Diagram Analisis SWOT	49
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Floresindo Kabupaten Ende.....	52
Gambar 4.2 Grand Matrix Strategy	61
Gambar 4.3 Produk Unilever di Indonesia	69
Gambar 4.4 Produk Nestlé di Indonesia	69
Gambar 4.5 Produk PT Uni-Charm di Indonesia	70
Gambar 4.6 Produk PT. Univenus di Indonesia	71
Gambar 4.7 Lokasi PT. Floresindo Ende	75
Gambar 4.8 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	79