



STRATEGI PEMASARAN DALAM PENINGKATAN PENJUALAN FURNITUR: STUDI KASUS UD PERMATA FURNI, SEMARANG

ROSIULINA MARGARETHA PANJAITAN



**DEPARTEMEN HASIL HUTAN
FAKULTAS KEHUTANAN DAN LINGKUNGAN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran dalam Peningkatan Penjualan Furnitur: Studi Kasus UD Permata Furni, Semarang” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2025

Rosiulina Margaretha Panjaitan
E2401211091

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

ROSIULINA MARGARETHA PANJAITAN. Strategi Pemasaran dalam Peningkatan Penjualan Furnitur: Studi Kasus UD Permata Furni, Semarang. Dibimbing oleh Elisa Ganda Togu Manurung.

Persaingan ketat di industri furnitur menuntut penerapan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan. UD Permata Furni merupakan perusahaan furnitur di Semarang, mengalami penurunan penjualan selama tiga tahun terakhir meskipun produk berkualitas baik. Penurunan ini diduga akibat kurang optimalnya strategi pemasaran, khususnya dalam pemanfaatan media digital dan inovasi produk. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pemasaran saat ini dan mengidentifikasi alternatif strategi yang lebih efektif guna meningkatkan penjualan dan daya saing. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, kuesioner, dan studi literatur dengan analisis deskriptif dan formulasi strategi tiga tahapan. Hasil menunjukkan bahwa pemasaran saat ini belum optimal seperti pemanfaatan media sosial dan digital kurang maksimal serta inovasi produk belum sesuai tren pasar. Alternatif strategi yang direkomendasikan mencakup penguatan promosi digital melalui kampanye terstruktur dan kerja sama dengan tokoh media sosial dan desain interior, perluasan jaringan distribusi melalui kemitraan dengan pasar digital internasional, serta pengembangan inovasi produk berbasis material ramah lingkungan dan desain fungsional. Peningkatan profesionalisme manajemen dan pelatihan tenaga kerja juga penting untuk mendukung implementasi strategi. Berdasarkan penerapan strategi ini, diharapkan UD Permata Furni dapat meningkatkan penjualan sekaligus memperkuat posisinya di pasar domestik dan internasional yang kompetitif.

Kata kunci: analisis deskriptif, formulasi strategi, Industri furnitur, strategi pemasaran



ABSTRACT

ROSIULINA MARGARETHA PANJAITAN. Marketing Strategies in Increasing Furniture Sales: Case Study of UD Permata Furni, Semarang. Supervised by Elisa Ganda Togu Manurung.

Intense competition in the furniture industry demands the implementation of effective marketing strategies to increase sales. UD Permata Furni, a furniture company based in Semarang, has experienced a decline in sales over the past three years despite offering high-quality products. This decline is suspected to be caused by suboptimal marketing strategies, particularly in digital media utilization and product innovation. This study aims to analyze the current marketing strategies and identify more effective alternatives to enhance sales and competitiveness. The methods used include observation, interviews, questionnaires, and literature review, with descriptive analysis and a three-stage strategy formulation approach. The results indicate that current marketing efforts are not yet optimal, with underutilization of social and digital media and product innovations that do not align with market trends. Recommended alternative strategies include strengthening digital promotion through structured campaigns and collaboration with social media and interior design influencers, expanding distribution networks through partnerships with international digital marketplaces, and developing product innovations based on eco-friendly materials and functional design. Enhancing management professionalism and employee training are also important to support the implementation of these strategies. Based on the implementation of this strategy, UD Permata Furni is expected to increase sales while simultaneously strengthening its position in the competitive domestic and international markets.

Keywords: descriptive analysis, furniture industry, marketing strategy, strategy formulation



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025¹
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

STRATEGI PEMASARAN DALAM PENINGKATAN PENJUALAN FURNITUR: STUDI KASUS UD PERMATA FURNI, SEMARANG

ROSIULINA MARGARETHA PANJAITAN

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Hasil Hutan

**DEPARTEMEN HASIL HUTAN
FAKULTAS KEHUTANAN DAN LINGKUNGAN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Skripsi : Strategi Pemasaran dalam Peningkatan Penjualan Furnitur: Studi Kasus UD Permata Furni, Semarang

Nama : Rosiulina Margaretha Panjaitan
NIM : E2401211091

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

Pembimbing :
Ir. Elisa Ganda Togu Manurung, MS., Ph.D

Diketahui oleh

Ketua Ketua Departemen Hasil Hutan:
Dr. Istie Sekartining Rahayu, S.Hut., M.Si
NIP. 197404222005012001

Tanggal Ujian:
9 Juli 2025

Tanggal Lulus: 25 JUL 2025

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah yang berjudul “Strategi Pemasaran dalam Peningkatan Penjualan Furnitur: Studi Kasus UD Permata Furni, Semarang”. Penyusunan karya ilmiah ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Ir. Elisa Ganda Togu Manurung, MS., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, serta dukungan kepada penulis selama proses penyusunan karya ilmiah ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Burhanuddin Masy’ud, MS, selaku dosen penguji dan Bapak Ir. Bintang C.H Simangunsong, MS., Ph.D selaku ketua ujian akhir penulis yang telah memberikan saran serta arahan dalam penyempurnaan karya ilmiah ini.
3. Bapak Erie Sasmito selaku pemilik UD Permata Furni dan seluruh tim yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di UD Permata Furni.
4. Orang tua tersayang, Bapak Rustam Panjaitan dan Ibu Linda Manurung, yang tiada henti memberikan doa dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.
5. Keponakan tersayang, Togu Gevariel, serta kakak dan abang, Viktor Panjaitan, Sinta Panjaitan, Thesa Panjaitan, Novi Panjaitan, Anet Pasaribu, Nikko Dwijayasastra, dan Cendy Irawan, yang tiada henti memberikan dukungan baik materil maupun non materil selama penulis berkuliah sehingga penulis bisa sampai tahap ini.
6. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Dandy Abiyaza Putra Rivai S.Hut. Terima kasih telah banyak menjadi bagian dalam proses perjalanan hidup penulis. Selalu mendengarkan keluh kesah, memberikan dukungan, semangat, dan doa kepada penulis.
7. Kepada sahabat dan teman penulis, Sisy Pristysila, Mahargiyanti, Keysha Aliya, Hanna Elsa, Salsa Revianur, Eureka Diva, Rana Naurah, Sonia Aliya, Nur Asri, Hidayatul ulya, Xavier Basalamah, Ridho Barat, Galih Restu, Yusuf Chairul, teman-teman divisi MIHH dan seluruh teman-teman Hasil Hutan 58 yang banyak membantu penulis dalam penelitian hingga penyusunan karya ilmiah ini.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai upaya perbaikan dan pengembangan di masa mendatang. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2025

Rosiulina Margaretha Panjaitan



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
Bogor Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	2
1.4 Manfaat	2
1.5 Ruang Lingkup	2
II TINJAUAN PUSTAKA	3
2.1 Strategi Pemasaran	3
2.2 Furnitur	3
2.3 Analisis Lingkungan Usaha	3
2.4 Matriks IFE dan EFE	4
2.5 Matriks IE	4
2.6 Matriks SWOT	5
2.7 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)</i>	5
III METODE	6
3.1 Waktu dan Tempat	6
3.2 Alat dan Bahan	6
3.3 Jenis dan Sumber Data	6
3.4 Teknik Pengumpulan Data	6
3.5 Analisis Data	7
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	12
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	12
4.2 Identifikasi Strategi Pemasaran	12
4.3 Analisis Lingkungan Internal	13
4.4 Analisis Lingkungan Eksternal	16
4.5 Formulasi Alternatif - Tahap Masukan (<i>Input Stage</i>)	19
4.6 Analisis Matriks IE (<i>Internal-External</i>)	23
4.7 Analisis Matriks SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>)	24
4.8 Analisis Matriks QSP (<i>Quantitative Strategic Planning</i>)	25
V SIMPULAN DAN SARAN	28
5.1 Simpulan	28
5.2 Saran	28
DAFTAR PUSTAKA	29
LAMPIRAN	31
RIWAYAT HIDUP	39

DAFTAR TABEL

1	Penilaian bobot faktor strategi internal atau eksternal	8
2	Penilaian IFE dan EFE	9
3	Matriks SWOT	11
4	Penilaian QSPM	11
5	Hasil analisis lingkungan internal UD Permata Furni	15
6	Hasil analisis lingkungan usaha eksternal UD Permata Furni	18
7	Hasil penilaian IFE kekuatan UD Permata Furni	19
8	Hasil penilaian IFE kelemahan UD Permata Furni	20
9	Hasil penilaian EFE peluang UD Permata Furni	21
10	Hasil penilaian EFE ancaman UD Permata Furni	22
11	Matriks IE UD Permata Furni (<i>internal-external</i>)	23
12	Hasil analisis SWOT	24
13	Hasil analisis QSP	26

DAFTAR GAMBAR

1	Volume penjualan UD Permata Furni 2018-2024	2
2	Contoh produk furnitur UD Permata Furni	12

DAFTAR LAMPIRAN

1	Lampiran 1 Kuesioner IFE EFE	31
2	Lampiran 2 Kuisisioner QSPM	34
3	Lampiran 3 Panduan Wawancara Penelitian	37