



STRATEGI PEMASARAN TOKO MAS MURNI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN

RAHADIAN DWI MAHARDIKA



**SARJANA BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

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 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.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Toko Mas Murni dalam Meningkatkan Penjualan” 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 2024

Rahadian Dwi Mahardika

K1401201030

*Pelimpahan hak cipta atas karya tulis dari penelitian kerjasama dengan pihak luar IPB harus didasarkan pada perjanjian kerjasama terkait

- 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

RAHADIAN DWI MAHARDIKA. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Toko Mas Murni. Dibimbing ASEP TARYANA dan ANGGI MAYANG SARI

Kondisi pasca pandemi Covid-19 yang mulai pulih telah meningkatkan permintaan perhiasan sebesar 35%, namun Toko Mas Murni mengalami stagnasi dan penurunan omset dalam 4 tahun terakhir. Untuk mengatasi masalah ini, penelitian ini menganalisis strategi pemasaran Toko Mas Murni dan persaingan eksternal melalui bauran pemasaran 7P, *Porter five forces*, serta diagram dan matriks SWOT. Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi pemasaran Toko Mas Murni masih tradisional dan kurang adaptif, sementara kompetitor baru sudah lebih adaptif dan menggunakan pemasaran digital. Terdapat kekuatan daya tawar konsumen, rendahnya pengaruh supplier, dan dampak produk imitasi pada penjualan. Dari analisis ini, diusulkan tujuh strategi agresif, yakni meningkatkan pelayanan digital, mengamati tren perhiasan terkini, menciptakan konten pemasaran yang menonjolkan kekuatan Toko Mas Murni, menambah variasi produk baru, meningkatkan promosi, meningkatkan kapabilitas SDM dalam teknologi, dan memperluas jangkauan pemasaran melalui website, media sosial, serta e-commerce.

Kata kunci : bauran pemasaran 7P, pemasaran, *porter's five forces*, SWOT.

ABSTRACT

RAHADIAN DWI MAHARDIKA. Marketing Strategy to Increase Sales at Toko Mas Murni. Supervised by ASEP TARYANA and ANGGI MAYANG SARI

The post-Covid-19 pandemic recovery has increased jewelry demand by 35%, but Toko Mas Murni has experienced stagnation and decreased turnover in the last 4 years. To overcome this problem, this study analyzes Toko Mas Murni's marketing strategy and external competition through the 7P marketing mix, Porter Five Forces, and SWOT diagram and matrix. The results of the analysis show that Toko Mas Murni's marketing strategy is still traditional and less adaptive, while new competitors are more adaptive and use digital marketing. There is strength in consumer bargaining power, low supplier influence, and the impact of imitation products on sales. From this analysis, seven aggressive strategies are proposed: improving digital services, observing the latest jewelry trends, creating marketing content that highlights the strengths of Toko Mas Murni, adding new product variations, increasing promotions, improving HR capabilities in technology, and expanding marketing reach through websites, social media, and *e-commerce*.

Keywords: marketing, marketing mix 7P, *porter's five forces*, SWOT.

@Hak cipta milik IPB University

IPB University

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024
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 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 TOKO MAS MURNI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN

RAHADIAN DWI MAHARDIKA

Skripsi
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana
pada
Program Studi Sarjana Bisnis

**SARJANA BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

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 University

Tim penguji pada Ujian Skripsi:

1. Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M.

2 Dra. Alfa Chasanah, M.A.

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 Toko Mas Murni Dalam Meningkatkan Penjualan
Nama : Rahadian Dwi Mahardika
NIM : K1401201030

@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.

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Asep Taryana, S.T.P., M.M.



Pembimbing 2 :
Anggi Mayang Sari, S.Si.,MBA.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.
NIP 197711262008122001



Tanggal Ujian: 01 Juli 2024

Tanggal Lulus: 22 Juli 2024

PRAKATA

Segala Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanaahu wa ta'ala atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan dengan judul “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Toko Mas Murni” yang dilaksanakan sejak bulan Febuari 2024 sampai bulan Mei 2024. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Sekolah Bisnis, Institut Pertanian Bogor.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang memberikan bantuan moral maupun edukatif kepada penulis. Sebagai bentuk rasa syukur dan terima kasih, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Asep Taryana,S.T.P., M.M. dan Anggi Mayang Sari,S.Si, MBA. selaku ketua komisi pembimbing skripsi, dalam melakukan penyusunan skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, dan memberikan motivasi selama penulis melaksanakan skripsi.
2. Dr. Siti Jahroh, B.Sc.,MSc. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan saran dan arahan kepada penulis selama berkuliah di Sekolah Bisnis Institut Pertanian Bogor.
3. Almarhum Dr. Ir. Iqdan Fahmi,M.Ec selaku dosen yang memberikan masukan khusus pada penulisan ini
4. Bapak dan Ibu dosen pengajar di Sekolah Bisnis Institut Pertanian Bogor yang telah ikhlas dan sabar dalam memberikan pemaparan ilmu yang bermanfaat bagi penulis untuk melakukan skripsi dan bermanfaat untuk kehidupan selanjutnya.
5. Bapak Erlan dan Bapak Oscar selaku pemilik Toko Mas Murni dan Kepala Divisi Keuangan Toko Mas Murni yang telah memberikan akses perusahaan yang mendukung analisis penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Tim Toko Mas Murni
7. Bapak Ridwan Resmana dan Ibu Sri Latifah selaku orang tua penulis yang selalu mendukung secara moral, doa, dan kasih sayang kepada penulis.
8. Mustika Tresnawiwitan dan Angel Wan Yik Ling selaku kakak dan adik saya yang telah memberi dukungan penuh dan selalu mengingatkan terhadap penulisan skripsi.
9. Rifa Nabila Afifah kekasihku tercinta yang selalu memberikan motivasi serta dukungan secara moral dan juga doa dalam penulisan dan penelitian skripsi ini.
10. Ka Sara, Ka Hasna Ka Anggi, dan Bang Kibul yang telah membantu memberikan informasi dalam penyusunan skripsi ini
11. Victor Descartes dan Niko teman seperjuangan dalam penyusunan skripsi.
12. Sahabat Warbeh 57 teman seperjuangan yang telah memotivasi untuk cepat lulus

Bogor, Juli 2024

Rahadian Dwi Mahardika



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	6
1.5 Ruang lingkup	6
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Hubungan Strategi Pemasaran Dengan Pendapatan	7
2.2 Analisis Lingkungan Internal	7
2.3 Analisis Lingkungan Eksternal	8
2.4 Internal Factor Evaluation dan External Factor Evaluation	10
2.5 Strength, Weakness, Opportunities, and Threats (SWOT)	10
2.6 Strategi Pemasaran	11
2.7 Penelitian Terdahulu	12
2.8 Kerangka Penelitian	14
III METODE	16
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	16
3.2 Jenis dan Sumber Data	16
3.3 Metode Penentuan Responden	16
3.4 Metode Pengolahan Data	17
3.4.1 Analisis Deskriptif	17
3.4.2 Analisis Dua Tahap Formulasi Strategi	17
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	22
4.1 Kondisi Existing Strategi Pemasaran Toko Mas Murni	22
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	22
4.1.2 Kegiatan Operasional	22
4.1.3 Komponen Perusahaan	23
4.1.4 Karakteristik Konsumen Toko Mas Murni	24
4.1.5 Analisis Internal	26
4.2 Analisis Lingkungan Persaingan Toko Mas Murni	30
4.2.1 Analisis Eksternal	30
4.3 Perumusan Alternatif Strategi Pemasaran	36
4.3.1 Tahap Input Stage	37
4.3.2 Tahap Matching Stage	39
4.4 Implikasi Manajerial	45
V SIMPULAN DAN SARAN	47
5.1 Simpulan	47
5.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	51
RIWAYAT HIDUP	67

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.

DAFTAR TABEL

1	Kadar emas	2
2	Matriks SWOT	11
3	Penelitian terdahulu	12
4	Jenis, sumber, dan cara pengambilan data	16
5	Atribut bauran pemasarann 7P	18
6	Model matriks Internal Factor Evaluation (IFE)	19
7	Atribut Porters five forces	19
8	Model matrik External Factor Evaluation (EFE)	20
9	Tugas Anggota Toko Mas Murni	23
10	Karakteristik Konsumen Toko Mas Murni	24
11	Harga buyback berdasarkan jenis	28
12	Hasil analisis kondisi <i>existing</i> perusahaan	30
13	Pendatang baru yang sudah menggunakan media digital	31
14	Hasil observasi kompetitor yang sudah menggunakan media digital	35
15	Hasil analisis faktor eksternal	36
16	Hasil analisis matriks IFE Toko Mas Murni	37
17	Hasil analisis matrik EFE Toko Mas Murni	38
18	Rangkuman alternatif strategi	45

DAFTAR GAMBAR

1	Harga emas murni dalam 5 tahun terakhir	1
2	Permintaan perhiasan emas di Indonesia	3
3	Perkembangan penjualan di Toko Mas Murni	5
4	Diagram SWOT	10
5	Kerangka pemikiran	15
6	Diagram SWOT	20
7	Matriks SWOT	21
8	Logo Toko Mas Murni	22
9	Struktur Organisasi Toko Mas Murni	23
10	Produk yang paling diminati	26
11	Produk Toko Mas Murni	27
12	Minat belanja konsumen	31
13	Hasil analisis kepuasan negosiasi harga	32
14	Hasil analisis kepuasan harga buyback	33
15	Pandangan konsumen terkait harga dengan kompetitor	34
16	Intensitas promosi menurut konsumen	36
17	Diagram SWOT Toko Mas Murni	40
18	Analisis matriks SWOT Toko Mas Murni	41

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR LAMPIRAN

1	Daftar Pertanyaan Wawancara Untuk Narasumber Internal	52
2	Daftar pertanyaan pandangan konsumen terhadap internal	56
3	Hasil analisis lingkungan perusahaan	61
4	Pembobotan dan penilaian internal dan eksternal	62
5	Perhitungan pembobotan IFE EFE	65
6	Perhitungan rating	66

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.