

# ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN DI PT. BERKAH PIKIRAN RAKYAT.

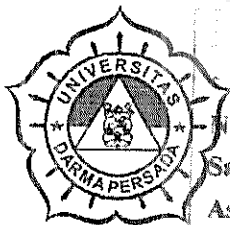
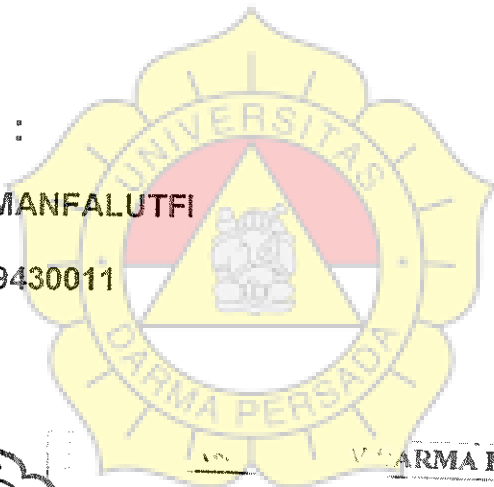
## SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik dan Melengkapi  
Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen

Oleh :

MOH. RENDRA MANFALUTFI

NIM : 99430011



No	: 87/SKR-PEM 04-05
Subjek	: 658.8-MAN-a : PEMASARAN
Asal	: MOH. Rendra M.
Dan lain-lain	: SKR-PEM. 28-10-01

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA  
2004

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

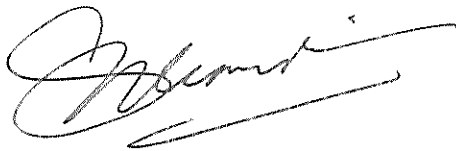
Nama : Moh. Rendra Manfalutfi  
NIM : 99430011  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : "Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Di PT. Berkah Pikiran Rakyat"

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui, untuk diajukan dihadapan Panitia Penguji Skripsi sarjana.

Jakarta, Juni 2004

Mengetahui,

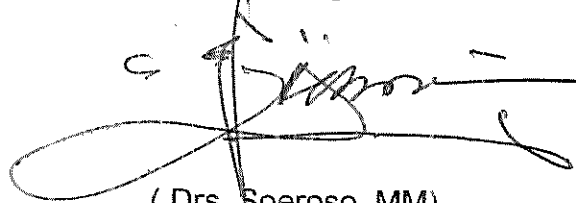
Ketua Jurusan Manajemen



( Sukardi H Sentono, SE)

Menyetujui,

Pembimbing Materi



( Drs. Soeroso, MM)

Pembimbing Teknis



( Dini Rahayu, SE)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Moh. Rendra Manfalutfi  
NIM : 99430011  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : "Analisis strategi pemasaran terhadap peningkatan volume penjualan Di PT. Berkah Pikiran Rakyat"

Telah diperiksa, dikaji dan diujikan dihadapan Panitia Penguji Skripsi sarjana pada 9 Agustus 2004 dengan hasil A.



Panitia Penguji Skripsi

Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1) DR. Suharto Rahman, SE, MM	Ketua	
2) Drs. Soeroso, MM	Anggota	
3) Drs. Fauzi Baisyir, MM	Anggota	

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

**Nama** : Moh. Rendra Manfalutfi

**NIM** : 99430011

**Fakultas** : Ekonomi

**Jurusan** : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi dengan judul "Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Di PT. Berkah Pikiran Rakyat" dibawah bimbingan Drs. Soeroso, MM benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun mengcopy sebagian dari hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dari pernyataan ini, saya bersedia mempertanggung jawabkannya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, Juni 2004



(Moh. Rendra Manfalutfi)

## ABSTRAKSI

(A) Moh. Rendra Manfaluffi : 99430011

(B) Judul skripsi : Analisis strategi pemasaran terhadap peningkatan volume penjualan Di PT. Berkah Pikiran Rakyat

(C) x+ 83 halaman, 15 tabel, lampiran, 2004

(D) Kata kunci : Strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan volume penjualan.

(E) Tujuan Penelitian : Ingin mengetahui penerapan strategi pemasaran yang dilaksanakan terhadap volume penjualan Di PT. Berkah Pikiran Rakyat,

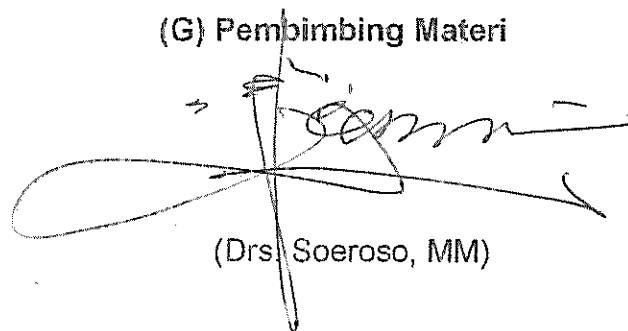
**Metode Penelitian:** Dalam pengumpulan data penulis menggunakan metode penelitian riset lapangan dan kepustakaan, serta menggunakan analisa Tabel.

**Hasil Penelitian :** Penerapan strategi pemasaran yang tepat, adanya kenaikan pada volume penjualan Di PT. Berkah Pikiran Rakyat.

**Kesimpulan :** Berdasarkan analisis korelasi dengan hasil 0,91 yang berarti mendekati 1, ini berarti strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan mempunyai hubungan yang kuat positif terhadap hasil penjualan perusahaan dan strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Berkah Pikiran Rakyat memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap hasil penjualan, yaitu sebesar 83% sedangkan sisanya sebesar 17% adalah merupakan dari faktor-faktor lain.

(F) Daftar acuan : 10 (1994 – 2003)

(G) Pembimbing Materi

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Soeroso', is written over a large, stylized, abstract graphic element that resembles a signature or a logo. The signature is positioned above the printed name '(Drs. Soeroso, MM)'.

(Drs. Soeroso, MM)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan sidang sarjana strata (S-1) di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis telah banyak menerima bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Shanti Danu Boestaman, selaku dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan tugas skripsi ini.
2. Bapak Sukardi H. Sentono, SE, selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Jakarta.
3. Ibu Dra. Endang Tri Pujiastuti, selaku pembimbing akademis Fakultas Ekonomi, Universitas Darma Persada.
4. Bapak Drs. Soeroso, MM selaku dosen pembimbing materi yang telah memberikan arahan kepada penulis.
5. Ibu Dini Rahayu, SE, selaku pembimbing teknis yang telah meluangkan waktu memberikan arahan kepada penulis.
6. Seluruh tenaga pengajar dan karyawan Fakultas Ekonomi khususnya Mas Farid yang telah membantu penulis hingga selesainya skripsi ini.

7. Seluruh pimpinan dan staf karyawan PT. Berkah Pikiran Rakyat Cirebon yang telah membantu memberikan data-data yang diperlukan untuk penulisan skripsi ini.
8. Bang Kevin (Tungga Buana Irvana, SE) yang telah membantu penulis sehingga skripsi ini selesai.
9. Kepada kedua Orang Tuaku Nurdin M. Noor dan Ibu Sri Amanah juga adikku tersayang Desi Persia, Tante Nenih, Tante Nenah, Tante N'ok, Tante Tri, Om Anef, Om Edi, Om Mus, Om Hasan, Rusvi, Virta, Canvi, Rindi, Odan dan N'ok Lili, juga saudara-saudaraku semuanya.
10. Teman-teman di Fakultas Ekonomi seluruh angkatan salam persatuan, khususnya teman-teman satu angkatan '99 para sahabatku Ali Oncom, Made Widya Putre SE, Adhit SE, Tami (Cumi), Wahyu (Cupu) juga para teman-temanku yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam skripsi ini, yang disebabkan keterbatasan waktu dan sumber informasi yang terbatas. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan khususnya penulis sendiri sebagai mahasiswa Universitas Darma Persada.

Jakarta, Juni 2004

(Penulis)

## DAFTAR ISI

halaman

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
ABSTRAKSI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix

### Bab I : PENDAHULUAN

A. Latar belakang .....	1
B. Pembatasan Dan Perumusan Masalah .....	2
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	3
D. Metodologi Penelitian .....	4
E. Sistematika Penulisan .....	7

### Bab II : LANDASAN TEORI

A. Pengertian dan Fungsi Pemasaran .....	9
B. Pengertian Strategi Pemasaran .....	12
C. Pengertian Bauran Pemasaran .....	17
D. Pengertian Produk .....	19
E. Pengertian Harga .....	21
F. Distribusi .....	26
G. Pengertian Promosi .....	27

**Bab III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

A. Sejarah Dan Perkembangan Perusahaan..... 33  
B. Struktur Organisasi Perusahaan ..... 35

**Bab IV : ANALISA DAN PEMBAHASAN**

A. Luas Wilayah Pemasaran dan Sasaran Konsumen ..... 44  
B. Strategi Pemasaran Di PT.Berkah Pikiran Rakyat ..... 58  
C. Analisa Korelasi..... 77

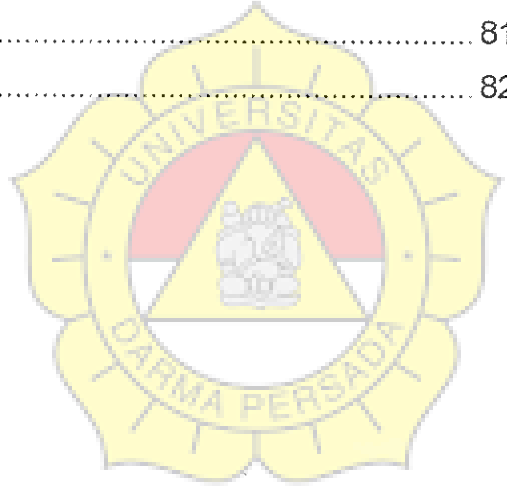
**Bab V : KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan ..... 81  
B. Saran-saran..... 82

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel IV.1 : Data Penduduk dan Rumahtangga Kota Cirebon Tahun 2001 .....	48
Tabel IV.2 : Data Tahapan Keluarga di Kota Cirebon Tahun 2001.....	51
Tabel IV.3 : Daerah Potensial Pemasaran Tiras Mitra Dialog di Kabupaten Cirebon .....	52
Tabel IV.4 : Daerah Potensial Pemasaran Tiras Mitra Dialog di Kabupaten Indramayu .....	54
Tabel IV.5 : Daerah Potensial Pemasaran Tiras Mitra Dialog di Kabupaten Kuningan.....	57
Tabel IV.6 : Daerah Potensial Pemasaran Tiras Mitra Dialog di Kabupaten Majalengka.....	58
Tabel IV.7 : Siapa Pembaca Mitra Dialog ? .....	62
Tabel IV.8 : Pendidikan Pembaca Mitra Dialog .....	63
Tabel IV.9 : Sebaran Tempat Tinggal Responden.....	65
Tabel IV.10 : Usia Pembaca Mitra Dialog.....	65
Tabel IV.11 : Profil Mitra Dialog .....	67
Tabel IV.12 : Sasaran Iklan Mitra Dialog .....	71
Tabel IV.13 : Beban Pemasaran PT. Berkah Pikiran Rakyat.....	77
Tabel IV.14 : Penjualan PT. Berkah Pikiran Rakyat .....	77
Tabel IV.15 : Analisis Korelasi .....	78

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan kebebasan pers telah dijadikan kesempatan bagi setiap warga negara untuk menerbitkan berbagai media cetak. Di berbagai daerah, kebebasan pers dengan munculnya puluhan penerbit baru masih terus berlangsung, meskipun puluhan media yang ada mulai ambruk berguguran.

Di daerah Jawa Barat dan Banten, tiga kelompok penerbit besar, masing-masing Kompas (Metro Bandung), Jawa Pos (Radar) dan Pikiran Rakyat (Mitra Dialog, Fajar Banten, Pakuan Priangan) terus berdasarkan mengambil posisi pasarnya masing-masing. Mereka saling berhadapan untuk mengadu anak penerbitnya. Pertarungan ini makin diramaikan pula dengan munculnya penerbit-penerbit lokal yang menerbitkan medianya untuk pasar-pasar tertentu. Kehadiran mereka sudah tentu harus dimaknai sebagai bagian dari persaingan perebutan pangsa pasar penduduk di kota Cirebon.

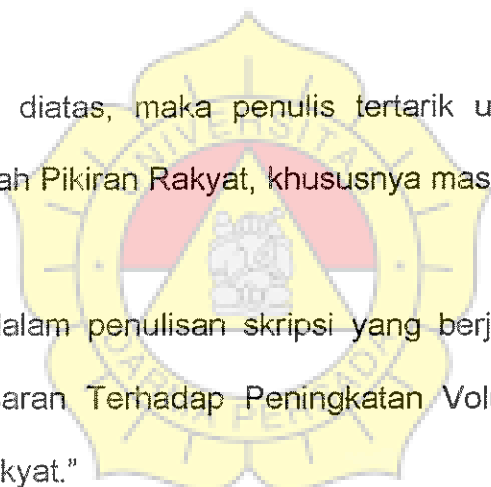
Di PT. Berkah Pikiran Rakyat yang bergerak dalam media cetak, surat kabar Harian Umum Mitra Dialog sesungguhnya tidak bisa lepas dari mata rantai Koran Masuk/Membangun Desa (KMD) Pikiran Rakyat edisi

Cirebon ini mengingat koran tersebut merupakan koran yang pertama kali terbit secara tidak terputus di Jalan Pantura Cirebon.

Pelaksanaan kegiatan penjualannya ditekankan pada strategi pemasaran yang tepat, karena merupakan salah satu faktor yang ikut menunjang kesuksesan perusahaan pada saat ini dan pada masa yang akan datang, sehingga perusahaan dapat mencapai target yang diharapkan, yaitu mendapatkan laba sesuai dengan tujuan yang hendak dicapainya.

Berdasarkan hal-hal tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian di PT. Berkah Pikiran Rakyat, khususnya masalah strategi pemasaran produk.

Demikianlah latar belakang dalam penulisan skripsi yang berjudul "Peranan Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Di PT. Berkah Pikiran Rakyat."



### **3. Pembatasan Dan Perumusan Masalah**

Begitu luasnya permasalahan yang diteliti, maka penulis membatasi masalah pada strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan media cetak Mitra Dialog di PT. Berkah Pikiran Rakyat. Sehingga penulis dapat merumuskan pokok masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan?

2. Bagaimanakah penerapan strategi pemasaran tersebut dalam meningkatkan volume penjualan di PT. Berkah Pikiran Rakyat?

### C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini diharapkan:

- a. Untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan.
- b. Untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran tersebut dalam meningkatkan volume penjualan di PT. Berkah Pikiran Rakyat.

#### 1. Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

- a. Bagi penulis, untuk meraih gelar sarjana strata 1 dengan membuat karya ilmiah sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen Pemasaran Universitas Darma Persada.
- b. Bagi perusahaan, Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam membuat strategi pemasaran, guna meningkatkan volume penjualan.
- c. Hasil penelitian ini merupakan masukan atau bahan perbandingan bagi penelitian lain yang melakukan penelitian mengenai strategi pemasaran, ataupun penelitian yang lebih luas.

- d. Sebagai tambahan referensi dan pengetahuan bagi segenap civitas akademika Universitas Darma Persada Jakarta.

#### **D. Metodologi Penelitian**

Metode penelitian merupakan tahap-tahap penelitian yang harus diterapkan lebih dulu sebelum melakukan pemecahan masalah. Pada bab ini akan dijelaskan metodologi yang digunakan penulis dalam penyusunan skripsi.

##### **1. Jenis Dan Sumber Data**

Data penelitian yang dikumpulkan oleh penulis untuk diteliti meliputi:

###### **a. Data primer**

Diperoleh penulis dengan melakukan wawancara dengan manajer pemasaran pada PT. Berkah Pikiran Rakyat. Juga dilakukan penelitian secara langsung pada obyek penelitian untuk mendapatkan informasi tambahan yang berguna.

###### **b. Data sekunder**

Diperoleh dari laporan manajemen secara keseluruhan serta rencana dan program kerja perusahaan. Disamping itu juga dilakukan studi pustaka dengan mempelajari buku-buku dan literatur yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

## 2. Metode Perolehan Data

### a. Penelitian Perpustakaan (*library Research*)

Metode yang penulis pakai untuk mengumpulkan data yang sifatnya teoritis dengan membaca buku-buku atau literatur yang ada hubungannya dengan judul skripsi.

### b. Penelitian lapangan (*Field Research*)

Penulis meneliti langsung ke perusahaan guna mencari data serta keterangan-keterangan yang ada hubungannya dengan judul skripsi ini melalui cara :

#### 1) Wawancara

Penulis mengadakan Tanya jawab langsung kepada pihak yang berwenang pada perusahaan.

#### 2) Observasi

Penulis mengumpulkan data dengan melihat langsung objek penelitian yang dituju, terutama mengenai aktivitas perusahaan.



## 3. Metode Analisis Data

Dalam hal ini metode analisis yang digunakan penulis adalah metode analisis korelasi, dimana penulis menganalisis seberapa besar pengaruh antara strategi pemasaran dengan volume penjualan PT. Berkah Pikiran Rakyat.

Adapun rumus dari korelasi adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x \cdot \sum y)}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \cdot \sqrt{n \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Analisis korelasi ini untuk memberikan gambaran terhadap hubungan dua variabel, yaitu strategi pemasaran dengan volume penjualan PT. Berkah Pikiran Rakyat.

Analisis data ini digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara dua variabel, sedangkan untuk menunjukkan arah dan tingkat keeratan hubungan ditentukan oleh rangenya, yaitu  $-1 < 0 < 1$ , artinya: Nilai mendekati -1, maka hubungan antara strategi pemasaran dengan volume penjualan PT. Berkah Pikiran Rakyat sangat kuat dan negatif. Nilai 0, maka tidak ada hubungan sama sekali antara strategi pemasaran dengan volume penjualan PT. Berkah Pikiran Rakyat. Nilai mendekati 1, maka hubungan antara strategi pemasaran dengan volume penjualan PT. Berkah Pikiran Rakyat sangat kuat dan positif.

### **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang masalah, pokok permasalahan, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian serta sistematika penulisan dari skripsi ini.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Berisi tentang teori-teori pengertian pemasaran, pengertian pasar, pengertian fungsi pemasaran, pengertian strategi pemasaran, yang diambil dari berbagai buku dan literatur yang berhubungan dengan skripsi ini sebagai acuan dalam analisis dan pembahasan.

#### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Berisi tentang gambaran umum perusahaan, yaitu sejarah dan perkembangan PT. Berkah Pikiran Rakyat, manajemen serta struktur organisasi.

#### **BAB IV ANALISIS PEMBAHASAN**

Berisi tentang pembahasan luas wilayah pemasaran, pelaksanaan strategi pemasaran pada PT. Berkah Pikiran Rakyat, Analisis penerapan strategi pemasaran terhadap volume penjualan PT. Berkah Pikiran Rakyat.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan bab penutup yang mana dalam bab ini penulis mengemukakan kesimpulan dari pembahasan bab-bab sebelumnya, disertai saran-saran yang dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan dan juga pembaca skripsi ini.

