

UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
PERPUSTAKAAN

# STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN HASIL PENJUALAN PADA PT.KLAWING TIGA KENCANA

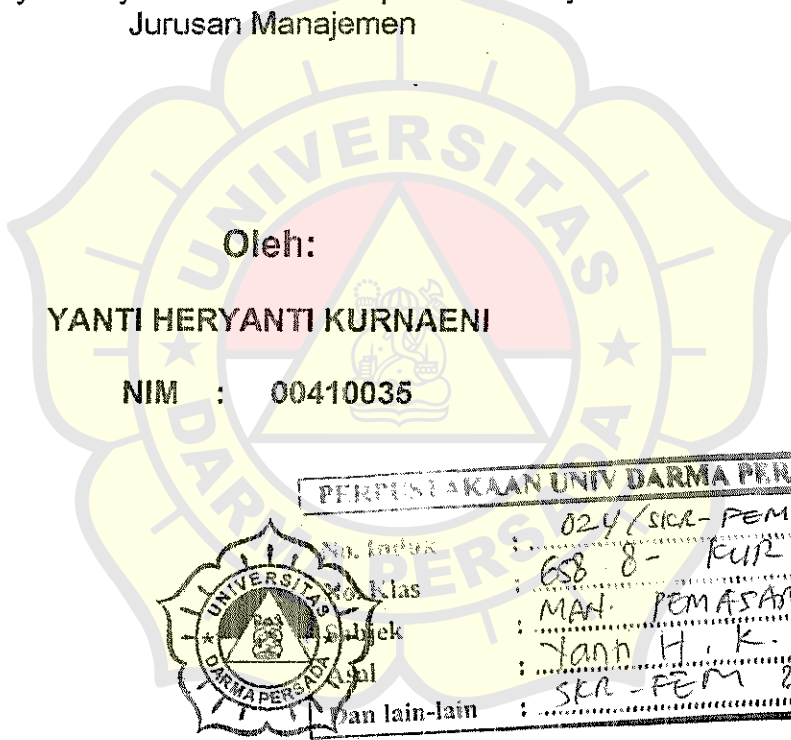
## SKRIPSI

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

Oleh:

**YANTI HERYANTI KURNAENI**

**NIM : 00410035**



PERPUSTAKAAN UNIV DARMA PERSADA	
No. Induk	: 024 / SKR - PEM / 04 - 05
No. Klas	: 658.8 - KUR - 5
Objek	: MAN. PEMASARAN
Uraian	: Yanti H. K.
dan lain-lain	: SKR - PEM 28/10-04

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA  
2004**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**Nama** : Yanti Heryanti Kurnaeni

**NIM** : 00410035

**Jurusan** : Manajemen

**Konsentrasi** : Manajemen Pemasaran

**Judul Skripsi** : "Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Pada PT.Klawing Tiga Kencana"

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

Jakarta, Juli 2004

Mengetahui,


Ketua Jurusan Manajemen

Menyetujui,

Pembimbing Materi

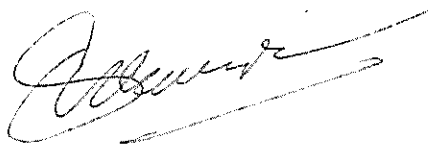


( Sukardi H Sentono, SE)



( Drs. Fauzi Baisyir, MM)

Pembimbing Teknis



( Sukardi H Sentono, SE)

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yanti Heryanti Kurnaeni

Nim : 00410035

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : "Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Pada PT.Klawing Tiga Kencana"

Telah diperiksa, dikaji dan diujikan dihadapan Panitia Penguji Skripsi sarjana pada 23 Agustus 2004 dengan hasil B

### Panitia Penguji Skripsi

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

## LEMBAR PERYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

**Nama** : Yanti Heryanti Kurnaeni

**NIM** : 00410035

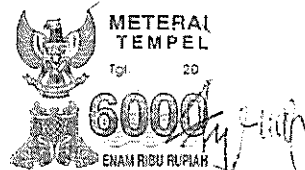
**Fakultas** : Ekonomi

**Jurusan** : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi dengan judul "Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Pada PT. Klawing Tiga Kencana" dibawah bimbingan Drs. Fauzi Baisyir, MM benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun mengcopy sebagian dari hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dari pernyataan ini, saya bersedia mempertanggung jawabkannya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, Juli 2004



(Yanti Heryanti Kurnaeni)

## ABSTRAKSI

- (A) YANTI HERYANTI KURNAENI : (00410035)
- (B) Judul Skripsi : **STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN HASIL PENJUALAN PADA PT.KLAWING TIGA KENCANA.**
- (C) **x + 65 hal**, 4 tabel, 1 gambar, 2004
- (D) **Kata Kunci** : Strategi bauran pemasaran, dapat meningkatkan hasil penjualan.
- (E) **Tujuan Penelitian** : Ingin mengetahui penerapan strategi bauran pemasaran yang dilaksanakan terhadap hasil penjualan di PT. Klawing Tiga Kencana,  
**Metode Penelitian**: Dalam pengumpulan data penulis menggunakan metode penelitian riset lapangan dan kepustakaan, serta menggunakan analisis tabel.  
**Hasil Penelitian** : Penerapan strategi bauran pemasaran yang tepat, adanya kenaikan pada hasil penjualan di PT. Klawing Tiga Kencana.  
**Kesimpulan** : Berdasarkan analisis yaitu adanya kenaikan dari tahun 2000-2003 yang berarti strategi bauran pemasaran yang diterapkan perusahaan dapat meningkatkan hasil penjualan.  
**Daftar acuan** : 10 (1994 – 2003)

(G) Pembimbing Materi



(Drs. Fauzi Baisyir, MM)

## KATA PENGANTAR

Penulis panjatkan Puji Syukur kepada Allah SWT, atas rahmat-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan sidang sarjana strata satu pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada

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

1. Rektor Universitas Darma Persada
2. Bapak Drs Shanti Danu Boestaman, selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan kesempatan kepada Penulis untuk melaksanakan tugas skripsi ini.
3. Bapak Drs. Fauzi Baisyir, MM selaku dosen Pembimbing Materi yang telah memberikan arahan kepada Penulis.
4. Bapak Sukardi H Sentono, SE, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Jakarta sekaligus Pembimbing Teknis yang telah meluangkan waktu memberikan arahan kepada Penulis.

5. Seluruh staf pengajar program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membimbing Penulis selama mengikuti kuliah.
6. Seluruh pimpinan dan staf karyawan PT. Klawing Tiga Kencana yang telah memberikan data-data yang diperlukan untuk penulisan skripsi ini.
7. Papa dan Mama atas kasih sayang, perhatian dan motivasinya.
8. Bapak dan Ibu Mansyur Saleh atas perhatian dan motivasinya.
9. H. Ramadhan (Danny) atas cinta dan kasih sayangnya selama ini.
10. Inul, berhenti berharap kawan, makasih ya untuk masukannya.
11. Gina Widya yang telah memberikan dorongan, pendapat dalam setiap suara hati, kamu adalah sahabat terbaikku.

Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa memberikan balasan yang setimpal kepada semua pihak yang telah membantu Penulis, baik selama mengikuti kuliah maupun dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak luput dari kekeliruan dan masih belum sempurna, yang disebabkan keterbatasan waktu dan sumber informasi yang terbatas. Oleh karena itu, segala saran dan kritik untuk penyempurnaannya akan disambut dan diterima dengan baik. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembacanya.

Jakarta, Juli 2004

(Yanti Heryanti Kurnaeni)

## DAFTAR ISI

halaman

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
LEMBAR PERYATAAN .....	iii
ABSTRAKSI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
<b>Bab I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar belakang .....	1
B. Pembatasan Dan Perumusan Masalah .....	3
C. Metodolcgi Penelitian .....	3
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	5
E. Sistematika Penulisan .....	6
<b>Bab II : LANDASAN TEORI</b>	
A. Pengertian Pemasaran .....	8
B. Bauran Pemasaran .....	11
C. Strategi Bauran Pemasaran .....	20

**Bab III : TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN**

A. Sejarah Singkat Dan Perkembangan Perusahaan.....	26
B. Lokasi Perusahaan.....	32
C. Struktur Organisasi dan Manajemen.....	34
D. Bidang Usaha Perusahaan .....	39

**Bab IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

A. Luas Wilayah, Pemasaran dan Sasaran Konsumen .....	41
B. Strategi Bauran Pemasaran Pada PT.Klawing Tiga Kencana .....	43
C. Perkembangan Hasil Penjualan Selama 4 Tahun.....	54
D. Masalah-masalan yang dihadapi dan Usaha-usaha Mengatasinya.....	59

**Bab V : KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	62
B. Saran-saran.....	63

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel IV.1 : Sasaran Konsumen.....	43
Tabel IV.2 : Biaya Pemasaran.....	55
Tabel IV.3 : Total Hasil Penjualan .....	57
Tabel IV.4 : Biaya Pemasaran dan Hasil Penjualan .....	58



## DAFTAR GAMBAR

Gambar III.1 : Struktur Organisasi PT. Klawing Tiga Kencana..... 34



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Semua Perusahaan, baik perusahaan yang menghasilkan barang ataupun perusahaan yang menghasilkan jasa menetapkan bauran pemasaran atas produk atau jasa mereka. Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat sekarang ini setiap perusahaan dituntut untuk meningkatkan kinerjanya sehingga mampu bersaing. Diantarannya dengan memanfaatkan sumber daya yang terbatas yang dimiliki untuk mencapai hasil yang semaksimal mungkin.

Dewasa ini produk perlengkapan tata ruang (interior), banyak berkembang di Indonesia sehingga kebutuhan akan produk-produk tersebut menjadi kebutuhan masyarakat, khususnya perkantoran agar ruangan dapat dilihat lebih indah. Produk perlengkapan tata ruang (interior) yang dipasarkan bukan hanya di Indonesia saja tetapi banyak produk perlengkapan tata ruang dari luar negeri yang banyak beredar di Indonesia, ini semakin menambah persaingan produk perlengkapan tata ruang yang dihasilkan oleh PT. Klawing Tiga Kencana.

Persaingan yang terjadi antara merek-merek perlengkapan tata ruang (interior) memaksa tiap produsen untuk melakukan berbagai usaha

agar dapat menjaring konsumen sebanyak-banyaknya. Disamping dengan pemasaran yang gencar, usaha lain yang tidak kalah pentingnya dan perlu dilakukan tiap produsen ialah merancang bauran pemasarannya sedemikian rupa agar orang tertarik pada produk tersebut sehingga diminati pasar. Oleh karena itu tiap produk perlengkapan tata ruang (interior) dipaksa memiliki ciri khas yang mudah diingat konsumen sehingga menimbulkan persepsi tertentu pada konsumen. Persepsi inilah yang menjadi posisi bagi produk tersebut.

Dalam membuat perencanaan pemasaran, seringkali hanya beranggapan bahwa pemasaran hanyalah penjualan dan bauran pemasaran saja. Padahal situasi persaingan terus bergeser dan dengan demikian pengertian dan peranan pemasaran juga harus berubah mengikuti situasi persaingan yang ada. Perubahan pengertian dan peranan pemasaran sangat penting apalagi menjelang era globalisasi.

Situasi persaingan dapat berubah dengan cepat, dimana tidak hanya dibutuhkan strategi-strategi yang dapat menghadapi persaingan sekarang, tetapi juga mengantisipasi persaingan dimasa yang akan datang. Disinilah bagian pemasaran menjalankan peranannya untuk menemukan cara yang paling tepat dengan mengamati pasar produk perlengkapan interior. Perusahaan yang paling siaplah yang akan bertahan atau bahkan memenangkan persaingan.

Berdasarkan hal-hal tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian pada PT. Klawing Tiga Kencana Jakarta, khususnya masalah bauran pemasaran produk.

Demikianlah latar belakang permasalahan dalam penulisan skripsi yang berjudul : "Strategi Bauran pemasaran Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Pada PT. Klawing Tiga Kencana Di Jakarta".

## **B. Pembatasan Dan Perumusan Masalah**

Karena luasnya permasalahan yang diteliti maka penulis membatasi masalah pada bauran pemasaran dalam meningkatkan hasil penjualan pada PT. Klawing Tiga Kencana. Sehingga penulis dapat merumuskan pokok masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan bauran pemasaran yang dilakukan perusahaan?
2. Bagaimanakah penerapan bauran pemasaran tersebut dalam meningkatkan hasil penjualan pada PT. Klawing Tiga Kencana?

## **C. Metode 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 Penelitian

### a. Data primer

Diperoleh penulis dengan melakukan wawancara dengan manajer pemasaran pada PT. Klwing Tiga Kencana. 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 literature yang ada hubungannya dengan judul skripsi.

### b. Penelitian lapangan (Field Research)

Penulis terjun langsung keperusahaan 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 bauran pemasaran perusahaan.

### 3. Metode Analisa Data

Dalam hal ini metode analisa yang digunakan penulis adalah analisa tabel, yang akan membandingkan tabel-tabel biaya pemasaran dan hasil penjualan pada PT. Klawing Tiga Kencana.

## D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini diharapkan dapat;

- a. Untuk mengetahui bauran pemasaran yang diterapkan PT. Klawing Tiga Kencana.
- b. Untuk mengetahui hasil penjualan PT. Klawing Tiga Kencana.

### 2. Manfaat penelitian

- a. Bagi penulis untuk meraih gelar sarjana strata 1 dengan mencoba membuat karya ilmiah sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Fakultas

Ekonomi Jurusan Manajemen Pemasaran Universitas Darma Persada.

- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam membuat bauran pemasaran, guna meningkatkan hasil penjualan.
- c. Hasil penelitian ini merupakan masukan atau bahan perbandingan bagi penelitian lain yang melakukan penelitian mengenai bauran pemasaran, ataupun penelitian yang lebih luas.
- d. Sebagai tambahan referensi dan pengetahuan bagi segenap civitas akademika Universitas Darma Persada Jakarta.

## **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

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

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Berisi tentang teori-teori pengertian pemasaran, pengertian bauran pemasaran, pengertian strategi pemasaran, dan strategi bauran pemasaran, yang diambil dari berbagai buku

dan literatur yang berhubungan dengan skripsi ini sebagai acuan dalam analisa dan pembahasan.

### **BAB III TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN.**

Berisi tentang tinjauan umum perusahaan, yaitu sejarah dan perkembangan perusahaan, lokasi perusahaan, struktur organisasi dan manajemen serta bidang usaha perusahaan.

### **BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN**

Berisi tentang pembahasan luas wilayah pemasaran dan sasaran konsumen, strategi bauran pemasaran pada PT.Klawing Tiga Kencana, perkembangan hasil penjualan selama empat tahun, masalah-masalah yang dihadapi dan usaha-usaha untuk mengatasinya.

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

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