

**STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO ELEPHANT CELLULAR GUNA  
MENINGKATKAN PENJUALAN DI KOTA METRO**

**SKRIPSI**



Oleh:  
**YUDA PRATAMA**  
**NPM. 20610128**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADYAH METRO  
2024**



**STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO ELEPHANT CELLULAR GUNA  
MENINGKATKAN PENJUALAN DI KOTA METRO**

**SKRIPSI**

**Diajukan  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam  
Mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen**

**Oleh:  
YUDA PRATAMA  
NPM. 20610128**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADYAH METRO  
2024**

## ABSTRAK

Yuda Pratama. 2024. Strategi Pemasaran Pada Toko Elephant Celluler Guna Meningkatkan Penjualan Di Kota Metro. Metro. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Ratmono, S.E., M.M. (2) Fitriani, S.E., M.M.

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat memberikan dampak yang besar bagi masyarakat terutama dalam bidang telekomunikasi. Salah satu bisnis tersebut adalah penyedia layanan transaksi online atau pembayaran digital multifungsi. Bisnis layanan transaksi digital ini juga tentunya memiliki persaingan yang sangat kuat oleh platform-platform lain yang juga menyediakan transaksi serupa. Maka dari itu untuk melawan persaingan ini diperlukan adanya strategi pemasaran yang tepat agar masyarakat yang memiliki usaha dibidang layanan transaksi digital terus bisa berjalan dengan baik. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dalam menangani kekurangan dan meningkatkan penjualan pada Toko Elephant Cellular. Penelitian ini menggunakan metode penelitian yaitu analisis SWOT (IFE, EFE, IE, Matriks SWOT) dan matriks QSPM. Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kualitatif. Berdasarkan dari hasil perhitungan menggunakan matriks IFE, terdapat total skor yang diperoleh perusahaan sebesar 3,08, Total skor yang berada diatas 2,5 mengindikasikan bahwa posisi internal perusahaan kuat dan mampu memanfaatkan kekuatan yang ada untuk dapat mampu mengatasi kelemahan. Kemudian dari hasil matriks IE diketahui bahwa posisi Toko Elephant Celluler pada sel I yaitu tumbuh dan membangun (*grow and built*). Lalu dilanjutkan analisis matriks QSPM diperoleh nilai TAS sebesar 6,24 dengan alternatif strateginya yaitu perusahaan melengkapi tersedianya layanan transaksi digital dan membuat inovasi layanan digital untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dari hasil analisis tersebut sebaiknya menjadi masukan untuk toko Elephant Cellular dalam memperbaiki kekurangan dan untuk strateginya meningkatkan penjualan.

**Kata kunci : Strategi Pemasaran, SWOT, Matriks QSPM**

## **ABSTRACT**

Yuda Pratama. 2024. *Marketing Strategy at Elephant Celluler Store To Increase Sales In Metro City. Metro. Thesis. Management Studies Program, Faculty of Economics and Business. Muhammadiyah University Metro. Guide* (1) Ratmono, S.E., M.M. (2) Fitriani, M.E.

*The rapid development of information technology has had a significant impact on society, especially in the field of telecommunications. One of the businesses affected is the provider of online transaction services or multifunctional digital payments. This digital transaction service business also faces strong competition from other platforms offering similar services. Therefore, to combat this competition, an effective marketing strategy is necessary to ensure that businesses in the digital transaction service sector can continue to operate successfully. The aim of this research is to determine the appropriate marketing strategy to address shortcomings and increase sales at Elephant Cellular Store. This research employs the SWOT analysis method (IFE, EFE, IE, SWOT Matrix) and the QSPM matrix. The type of research conducted is descriptive qualitative. Based on the results of calculations using the IFE matrix, the company obtained a total score of 3.08. A total score above 2.5 indicates that the company's internal position is strong and capable of leveraging its strengths to overcome weaknesses. Furthermore, the IE matrix results show that Elephant Cellular Store is in cell I, which indicates a grow and build strategy. The QSPM matrix analysis results yielded a TAS value of 6.24, with the strategic alternative being that the company should enhance the availability of digital transaction services and innovate digital services to meet the needs of the community. From this analysis, it is recommended that Elephant Cellular Store address its shortcomings and adopt strategies to boost sales.*

**Keywords: Marketing Strategy, SWOT, QSPM Matrix**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO ELEPHANT CELLULAR GUNA  
MENINGKATKAN PENJUALAN DI KOTA METRO**

**YUDA PRATAMA  
NPM. 20610128**

Telah di setujui oleh :

**Dosen Pembimbing I**



**Ratmono, S.E.,M.M.**  
NIDN. 0220076001

**Dosen Pembimbing II**



**Fitriani, S.E.,M.M.**  
NIDN. 0206068604

**Ketua Program Studi**



**Nani Septiana, S.E., M.M.**  
NIDN. 022009890

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO ELEPHANT CELLULAR GUNA  
MENINGKATKAN PENJUALAN DI KOTA METRO

YUDA PRATAMA

NPM.20610128

Telah diuji dan dinyatakan lulus pada

Hari : Selasa

Tanggal : 13 Agustus 2024

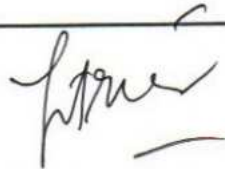
Tempat Ujian : Ruang Sidang FEB Universitas Muhammadiyah Metro

Tim Penguji



Ratmono, S.E., M.M.  
NIDN. 0220076001

Ketua Penguji



Fitriani, S.E., M.M.  
NIDN. 0206068604

Sekretaris

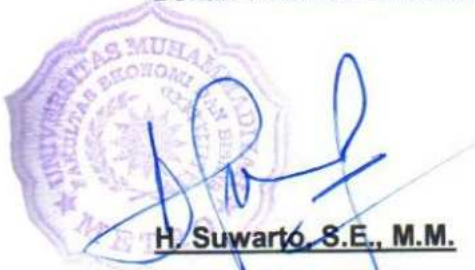


Suwarto, S.E., M.M.  
NIDN. 0210036801

Penguji Utama

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



H. Suwarto, S.E., M.M.  
NIDN. 0210036801

## HALAMAN MOTTO

“(Ingatlah) ketika Tuhanmu memaklumkan, "Sesungguhnya jika kamu bersyukur, niscaya Aku akan menambah (nikmat) kepadamu, tetapi jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), sesungguhnya azab-Ku benar-benar sangat keras”  
(QS. Surat Ibrahim, Ayat 7)

“Banyak hal didunia ini yang kita ingin tapi tidak bisa kita dapatkan karena sebuah kenyataaN Pada akhirnya kita hanya memendamnya bulat-bulat dan melanjutkan hidup.”  
“Unknown”

“Jalani kenyataan hidup yang kamu miliki, karena sesungguhnya keadaan apapun yang terjadi itu semua datangnya dari Allah SWT.”  
“Unknown”



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan Rahmat yang telah membantu saya hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Saya persembahkan karya sederhana ini kepada orang- orang yang memiliki peranan penting dalam hidup saya yaitu :

1. Untuk yang tercinta kedua orang tua saya Bapak Paidi dan Ibu Sriwati. Sebagai bukti terimakasih yang tak terhingga yang mana saya telah menyelesaikan skripsi ini dan mempersembahkan karya ini untukmu, serta telah memberikan semangat dan dukungan penuh kepada sampai saat ini hingga merahi gelar Sarjana.
2. Untuk adik – adik saya yaitu Dea Sevina Anggraini, Alya Qanita, Riski Ramadhan dan Azlan Zaydan Hidayat, yang telah memberikan semangat dan dukungan serta motivasi dalam penyusunan skripsi agar lebih cepat terselesaikan.
3. Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Metro, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran Pada Toko Elephant Cellular Guna Meningkatkan Penjualan Di Kota Metro”** dengan baik. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus penulis penuhi untuk memperoleh gelar S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini, penulis tidak lepas dari bantuan beberapa pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Nyoto Suseno, M.Si. Rektor Universitas Muhammadiyah Metro;
2. H. Suwanto, S.E.,M.M. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro;
3. Ratmono, S.E.,M.M. Selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan dalam penyusunan proposal ini;
4. Fitriani, S.E.,M.M. Selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan dalam penyusunan proposal ini;
5. Nani Septiana, S.E.,M.M. Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro;
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah memberikan ilmu, dukungan, serta nasihat yang penulis peroleh selama menjadi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro;
7. Staf tata usaha fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah banyak membantu penulis selama menjadi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro;
8. Bapak Muhammad Yusuf selaku pemilik Toko Elephant Celluler yang telah meluangkan waktu dan memberikan data-data saat melakukan penelitian;
9. Teman – teman seperjuangan program studi yang saling memberikan semangat dan seseorang yang selalu menemani hari-hari saya mengerjakan skripsi serta memberikan motivasi untuk cepat menyelesaikannya.
10. Semua pihak yang telah membantu tenaga dan pikiran untuk penulis sehingga menjadi semangat dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Semoga amal dan kebaikan mereka dicatat sebagai amalan terbaik oleh Allah SWT. Penulis berharap penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan tentunya untuk diri penulis. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk pengembangan skripsi ini agar menjadi lebih sempurna. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih.

**Metro, Juni 2024**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Yuda Pratama', with a horizontal line drawn through the middle of the signature.

**Yuda Pratama**

**NPM.20610128**

## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yuda Pratama

NPM : 20610128

Fakultas : Ekpnomi dan Bisnis

Prodi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **“Strategi Pemasaran Pada Toko Elephant Cellular Guna Meningkatkan Penjualan Di Kota Metro”** benar hasil karya saya sendiri tidak plagiat karya orang lain.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini tidak benar saya bersedia menerima sanksi yang ditetapkan oleh Universitas Muhammadiyah Metro.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Metro, Juni 2024



**Yuda Pratama**

**NPM.20610128**

## SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*Similarity Check*)



UNIT PUBLIKASI ILMIAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
METRO

## SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

NOMOR. 0965/II.3.AU/F/UPI-UK/2024

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

**NAMA** : Yuda Pratama  
**NPM** : 20610128  
**JENIS DOKUMEN** : Skripsi

**JUDUL** : Strategi Pemasaran Pada Toko Elephant Celluler Guna Meningkatkan Penjualan Di Kota Metro



Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen telah diperiksa dan dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase  $\leq 20\%$ . Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 18 Agustus 2024  
Kepala Unit,

*[Signature]*  
Dr. Nego Linuhung, M.Pd.  
NIDN. 0220108801

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116  
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota Metro,  
Lampung, Indonesia

Website: [upi.ummetro.ac.id](http://upi.ummetro.ac.id)  
E-mail: [help.upi@ummetro.ac.id](mailto:help.upi@ummetro.ac.id)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>I</b>
<b>HALAMAN LOGO</b> .....	<b>II</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>III</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>IV</b>
<b>ABSTRACK</b> .....	<b>V</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>VI</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>VII</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>VIII</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>IX</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>X</b>
<b>PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b> .....	<b>XII</b>
<b>SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (Similarity Check)</b> .....	<b>XIII</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>XIV</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>XVII</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>XVIII</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>XIX</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Kegunaan Penelitian.....	7
F. Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR</b> .....	<b>9</b>
A. Pengertian Strategi Pemasaran .....	9
1. Pemasaran .....	9
2. Sistem Pemasaran.....	11
3. Tujuan Pemasaran.....	11
4. Pengertian Strategi .....	12
5. Tipe-Tipe Strategi .....	14
6. Strategi Pemasaran .....	14
B. Bauran Pemasaran .....	17
C. Penjualan.....	21
D. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan .....	22
E. Jenis-Jenis Penjualan.....	23
F. Analisis SWOT.....	23
G. Matriks IFE dan Matriks EFE .....	27
H. Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) .....	28
I. Kerangka Pemikiran .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>31</b>
A. Desain Penelitian .....	31

B.	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	31
1.	Lokasi Penelitian.....	31
2.	Waktu Penelitian.....	31
C.	Jenis dan Sumber Data.....	32
1.	Jenis Data.....	32
1)	Data Kuantitatif.....	32
2)	Data Kualitatif.....	32
2.	Sumber Data.....	32
1)	Data Primer.....	32
2)	Data Sekunder.....	32
D.	Populasi dan Sampel.....	33
1.	Populasi.....	33
2.	Sampel.....	32
E.	Metode Pengumpulan Data.....	34
1.	Penelitian Lapangan.....	34
a)	Observasi.....	34
b)	Wawancara.....	34
c)	Dokumentasi.....	34
2.	Penelitian Kepustakaan.....	34
F.	Metode Analisis Data.....	35
1.	Analisis Deskriptif Kuantitatif.....	35
2.	Analisis Matriks EFE.....	35
3.	Analisis Matriks IFE.....	36
4.	Analisis Matriks IE.....	37
5.	Analisis SWOT.....	38
6.	Tahap Pengambilan Keputusan Matriks QSPM.....	41
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
1.	Sejarah Singkat Toko Elephant Celluler.....	43
2.	Visi Misi Usaha.....	44
3.	Struktur Organisasi Usaha.....	44
B.	Hasil Penelitian.....	46
1.	Identifikasi Faktor Internal Toko Elephant Celluler.....	46
2.	Identifikasi Faktor Eksternal Toko Elephant Celluler.....	49
3.	Matriks Internal <i>Factor Evaluation</i> (IFE).....	51
4.	Matriks Eksternal <i>Factor Evaluation</i> (EFE).....	53
5.	Tahap Pencocokan.....	54
a.	Matriks Internal-Eksternal (IE).....	53
1)	Strategi Penetrasi Pasar.....	55
2)	Strategi Pengembangan Pasar.....	55
3)	Strategi Pengembangan Produk.....	56
b.	Matriks SWOT.....	56
a)	Strategi S-O (Kekuatan-Peluang).....	58
b)	Strategi W-O (Kelemahan-Peluang).....	58
c)	Strategi S-T (Kekuatan-Ancaman).....	58
d)	Strategi W-T (Kelemahan-Ancaman).....	58

6. Tahap Pengambilan Keputusan ( <i>Decision Stage</i> ) .....	59
Matriks QSPM .....	59
C. Pembahasan.....	60
1. Hasil Quadran SWOT Toko Elephant Celluler.....	60
2. Strategi Pemasaran yang Dilaksanakan Toko Elephant Celluler...	61
3. Strategi Pemasaran yang Tepat Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Toko Elephant Celluler.....	62
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>63</b>
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran.....	63
<b>DAFTAR LITERATUR .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN.....</b>	<b>68</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Penjualan Transaksi Toko Gan Celluler.....	4
Tabel 2. Data Penjualan Transaksi Toko Garden Celluler.....	4
Tabel 3. Data Penjualan Transaksi Toko Elephant Celluler .....	5
Tabel 4. Matriks SWOT .....	25
Tabel 5. Informan Penelitian .....	34
Tabel 6. Matriks EFE.....	36
Tabel 7. Matriks IFE.....	37
Tabel 8. Matriks SWOT .....	39
Tabel 9. QSP (Quantitative Strategic Planning) .....	42
Tabel 10 Hasil Matriks IFE .....	52
Tabel 11 Hasil Matriks EFE.....	53
Tabel 12 Hasil Matriks SWOT .....	57
Tabel 13 Peringkat Alternatif Strategi Berdasarkan Hasil QSPM .....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. SWOT Kuadran .....	26
Gambar 2. Kerangka Pemikiran .....	30
Gambar 3. Matriks IE .....	38
Gambar 4. Struktur Organisasi .....	45
Gambar 5. Hasil Matriks IE.....	54
Gambar 6. Kuadran SWOT Toko Elephant Celluler .....	61

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Penentuan Faktor Internal dan Eksternal.....	68
Lampiran 2. Kuesioner QSP .....	71
Lampiran 3. Hasil Matriks IFE .....	74
Lampiran 4. Hasil Matriks EFE .....	75
Lampiran 5. Hasil Matriks QSPM .....	76
Lampiran 6. Dokumentasi.....	78