

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN  
PENJUALAN PADA CV VR GROUP KOTA DEPOK**

**MARKETING STRATEGY TO INCREASE SALES AT CV VR  
GROUP DEPOK CITY**

Oleh  
**DEWIRAHMAWATI**  
**61201021008642**

**SKRIPSI**



**JURUSAN MANAJEMEN**  
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI**  
**2025**

**STRTEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN  
PENJUALAN PADA CV VR GROUP KOTA DEPOK  
MARKETING STRATEGY TO INCREASE SALES AT CV VR  
GROUP DEPOK CITY**

**Oleh**

**DEWIRAHMAWATI**

**61201021008642**

**SKRIPSI**

Telah diselesaikan dan disetujui pada:

Tempat : Depok

Tanggal : 9 Juli 2025

**Dosen pembimbing**

**Ketua jurusan**

Muhammad Aziz Winardi N,ST.,MM  
**NIDN/NUPTK: 040807770**

Drs. Henky Hendrawan,MM,MSi  
**NIDN/NUPTK: 0416076506**

Mengetahui

**Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi**

Prof. Dr. Abdul Hamid,M.S.  
**NIDN/NUPTK:2017065701**

**STRTEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN  
PENJUALAN PADA CV VR GROUP KOTA DEPOK  
MARKETING STRATEGY TO INCREASE SALES AT CV VR  
GROUP DEPOK CITY**

**Oleh**

**DEWIRAHMAWATI**

**61201021008642**

**SKRIPSI**

Telah diselesaikan dan disetujui pada:

Tempat : Depok

Tanggal : 9 Juli 2025

**Ketua Penguji**

**Anggota Penguji**

Jhonson Sitanggang,SP.,MM  
**NIDN/NUPTK: 0408077703**

Yose Cahyo Benardi Widhayog,SE.MSi  
**NIDN/NUPTK: 0423057903**

Mengetahui

**Ketua Jurusan Manajemen**

Drs. Henky Hendrawan, MM,M,Si  
**NIDN/NUPTK:0416076506**

## **SURAT PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama lengkap : Dewi Rahmawati

NIM 61201021008642

Judul skripsi : Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan pada CV VR  
Group Kota Depok

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil penelitian dan penulisan dari skripsi saya adalah murni hasil pemikiran saya yang dikuatkan dengan adanya cek plagiasi sesuai dengan aturan yang berlaku di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
2. Hasil penelitian dan penulisan dari skripsi saya ini, dengan ini dialihkan haknya kepada Sekolah Tinggi Ekonomi GICI
3. Penulisan hasil penelitian ini(skripsi) telah mengikuti kaidah kaidah yang berlaku dilingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Apabila dikemudian hari bahwa hasil penelitian ini dan penulisan skripsi ini mempunyai kesamaan atau terdapat unsur menjiplak terhadap karya ilmiah orang lain, maka dengan ini saya siap menerima sanksi berupa:
  - a. Pencabutan gelar kesarjanaan saya yang telah saya terima
  - b. Pencabutan ijasah saya sesuai dengan aturan atau undang-undang yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Depok, 09 Juli 2025

**Dewi Rahmawati**  
**61201021008642**

Nama Lengkap : Dewi Rahmawati

NIM : 61201021008642

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada CV VR Group

## **ABSTRAK**

CV VR Group Kota Depok merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pemasaran yang menjual produk makanan ringan *home industry* dan setiap perusahaan pasti mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha dalam mempertahankan serta meningkatkan penjualan omset suatu perusahaan. Tujuan penelitian skripsi ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam proses meningkatkan penjualan pada CV VR Group Kota Depok, serta kendala yang dihadapi dan bagaimana solusinya. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah metode observasi, wawancara, dan studi dokumentasi, serta menggunakan Analisis SWOT dengan metode penelitian berupa metode kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian. Hal ini dapat dilakukan apabila perusahaan mampu mempertahankan dan meningkatkan penjualan melalui usaha dalam mencari dan mengambil hati pelanggan, serta usaha untuk menguasai pasar. Beberapa usulan dari Analisis SWOT adalah memaksimalkan kekuatan, memanfaatkan peluang dan siap menghadapi ancaman. Dari hasil penelitian yang dilakukan, didapatkan kesimpulan bahwa strategi yang digunakan oleh CV VR Group Kota Depok adalah kegiatan bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion* yang berupa memposting konten video di sosial media seperti instagram, tiktok dan shopee dengan persaingan bisnis saat ini, perusahaan terus berinovasi mengeluarkan ide-ide yang kreatif agar mampu bersaing membuat produk menjadi brand dengan kualitas terbaik dari perusahaan lain. Kendala yang dihadapi dalam melakukan pemasaran yaitu seperti kurangnya tenaga kerja dalam melakukan pemasaran, kurangnya dalam menentukan riset pasar, kurangnya dalam memberikan harga jual produk dibawah harga pasar, kurangnya promosi yang tepat untuk menarik perhatian pelanggan.

**Kata Kunci : Strategi, Bauran Pemasaran, Analisis SWOT**

Nama Lengkap : Dewi Rahmawati

NIM : 61201021008642

Judul Skripsi : *Marketing Strategies to Increase Sales in CV VR Group*

### **ABSTRACT**

*CV VR Group Kota Depok is a company engaged in marketing that sells home industry snack products and every company must have a goal to be able to survive and grow, this goal can only be achieved through efforts to maintain and increase sales turnover of a company. The purpose of this thesis research is to determine how the marketing strategy in the process of increasing sales at CV VR Group Kota Depok, as well as the obstacles faced and how to solve them. The data collection methods used are observation, interviews, and documentation studies, and using SWOT Analysis with a descriptive qualitative research method, namely research intended to understand the phenomenon of what is experienced by the research subjects. This can be done if the company is able to maintain and increase sales through efforts to find and win the hearts of customers, as well as efforts to dominate the market. Some suggestions from the SWOT Analysis are maximizing strengths, utilizing opportunities and being ready to face threats. From the results of the research conducted, it was concluded that the strategy used by CV VR Group Kota Depok is a 4P marketing mix activity, namely product, price, place, and promotion in the form of posting video content on social media such as Instagram, TikTok and Shopee with current business competition, companies continue to innovate to issue creative ideas in order to be able to compete to make products become brands with the best quality from other companies. Obstacles faced in marketing include lack of manpower in marketing, lack of determining market research, lack of providing product selling prices below market prices, lack of appropriate promotions to attract customer attention.*

**Keywords: Strategy, Marketing Mix, Analisis SWOT**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta karunianya, sehingga saya dapat menyusun skripsi ini dengan baik. Tak lupa shalawat, serta salam kita haturkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, dan para sahabatnya. Adapun maksud dan tujuan dari penyusunan skripsi ini, disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar sarjana ekonomi, pada jurusan manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Penelitian dengan judul Strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada CV. VR Group. Alasan pemilihan judul tersebut, karena penulis ingin mengetahui apakah faktor Strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada CV. VR Group. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut, untuk mengetahui Strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan, apa yang diinginkan perusahaan di masa yang akan datang.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang kepada:

1. Bapak Mildy Rifa'i, SE. selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok, yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Abdul Hamid, SE, M.S, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Bapak Drs. Henky Hendrawan, MM., MSi. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Bapak Muhammad Aziz Winardi N, ST, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah dengan sabar bersedia membimbing.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi Manajemen, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi.

6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
7. Ayahanda Sahim, Alm Ayahanda Wasdiyono, Ibu Suprihatin tersayang, yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
8. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2021, yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, selama empat tahun dengan penuh suka cita.
9. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Aamiin.

Depok, 09 Juli 2025  
Peneliti,

**Dewi Rahmawati**  
**61201021008642**

## DAFTAR ISI

|                                           |      |
|-------------------------------------------|------|
| JUDUL .....                               | i    |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....            | ii   |
| LEMBAR PENGUJI .....                      | iii  |
| SURAT PERNYATAAN.....                     | iv   |
| ABSTRAK .....                             | v    |
| KATA PENGANTAR.....                       | vii  |
| DAFTAR ISI .....                          | ix   |
| DAFTAR TABEL .....                        | xii  |
| DAFTAR GAMBAR .....                       | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                     | xiv  |
| BAB I PENDAHULUAN .....                   | 1    |
| 1.1 Latar belakang .....                  | 1    |
| 1.2 Identifikasi masalah.....             | 3    |
| 1.3 Ruang lingkup/batasan masalah .....   | 3    |
| 1.4 Rumusan masalah.....                  | 3    |
| 1.5 Manfaat dan tujuan penelitian .....   | 4    |
| 1.5.1 Manfaat penelitian .....            | 4    |
| 1.5.2 Tujuan penelitian .....             | 4    |
| 1.6 Sistematika penulisan .....           | 4    |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA .....               | 6    |
| 2.1 Landasan teori .....                  | 6    |
| 2.1.1 Manajemen strategi .....            | 6    |
| 2.1.2 Manfaat manajemen strategi.....     | 6    |
| 2.2 Strategi.....                         | 6    |
| 2.3 Strategi pemasaran.....               | 7    |
| 2.3.1 Pengertian strategi pemasaran ..... | 7    |
| 2.3.2 Tujuan strategi pemasaran.....      | 7    |

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| 2.4 Segmentasi,targeting,positioning .....                      | 8  |
| 2.4.1 Segmentasi.....                                           | 8  |
| 2.4.2 Targeting .....                                           | 9  |
| 2.4.3 Positioning.....                                          | 9  |
| 2.4 Bauran pemasaran .....                                      | 10 |
| 2.5 Analisis SWOT.....                                          | 11 |
| 2.5 Penjualan .....                                             | 13 |
| 2.5.1 Pengertian penjualan .....                                | 13 |
| 2.5.2 Tujuan penjualan .....                                    | 13 |
| 2.6 Penelitian terdahulu .....                                  | 14 |
| 2.7 Kerangka pemikiran .....                                    | 15 |
| BAB III METODE PENELITIAN.....                                  | 16 |
| 3.1 Disain dan jenis penelitian.....                            | 16 |
| 3.2 Objek,jadwal dan lokasi penelitian.....                     | 16 |
| 3.3 Jenis dan sumber data penelitian .....                      | 17 |
| 3.4 Informan penelitian .....                                   | 18 |
| 3.5 Metode pengumpulan data .....                               | 18 |
| 3.6.3 Metode pengolahan .....                                   | 19 |
| 3.6.2 analisis data .....                                       | 19 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....                    | 21 |
| 4.1 Hasil penelitian.....                                       | 21 |
| 4.1.1 Gambaran umum .....                                       | 21 |
| 4.1.2 Struktur organisasi.....                                  | 22 |
| 4,2 Analisis STP.....                                           | 25 |
| 4.3 Analisis 4P.....                                            | 27 |
| 4.4 Volume penjualan pada bulan April-Mei 2025 CV VR Group..... | 32 |
| 4.5 Analisis SWOT.....                                          | 34 |
| 4.5.1 Matriks SWOT .....                                        | 37 |
| 4.5.2 Analisis faktor strategis internal dan eksternal.....     | 40 |

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| 4.5.3 Kuadran SWOT .....         | 43 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN ..... | 46 |
| 5,1 Kesimpulan.....              | 46 |
| 5.2 Saran.....                   | 47 |
| DAFTAR PUSTAKA.....              | 48 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| Table 3.1 Jadwal pelaksanaan penelitian.....                                | 16 |
| Tabel 4.1 Jenis-jenis produk di CV VR Group .....                           | 26 |
| Table 4.2 Jenis dan harga produk CV VR Group.....                           | 29 |
| Table 4.3 data penjualan bulan April 2025 .....                             | 33 |
| Table 4.4 data penjualan bulan Mei 2025 .....                               | 33 |
| Tabel 4.5 identifikasi faktor internal dan eksternal pada CV VR Group ..... | 37 |
| Tabel 4.6 Matriks SWOT CV VR Group.....                                     | 38 |
| Tabel 4.7 Matriks IFE Pada CV VR Group .....                                | 41 |
| Tabel 4.8 Matriks EFE pada CV VR Group .....                                | 42 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Kerangka pemikiran .....                         | 15 |
| Gambar 4.1 Struktur organisasi dan tupoksi perusahaan ..... | 22 |
| Gambar 4.2 Produk CV VR Group .....                         | 29 |
| Gambar 4.3 Lokasi CV VR Group.....                          | 30 |
| Gambar 4.4 Periklanan melalui platfrom Instagram .....      | 31 |
| Gambar 4.5 Kuadran SWOT Pada CV VR Group.....               | 44 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| Surat Izin Penelitian ..... | 50 |
| Draft wawancara.....        | 51 |
| Hasil dokumentasi .....     | 53 |
| Kartu bimbingan.....        | 54 |
| Daftar Riwayat hidup.....   | 55 |
| Hail uji plagiat .....      | 56 |