

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK LAPTOP PADA
CV. TECOM TECHNOLOGY PASIR PENGARAIAN
KABUPATEN ROKAN HULU**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi (S1) Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH:

SASRI WARNI

NIM : 1125014

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
TAHUN 2016**

HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : SASRI WARNI
NIM : 1125014
JUDUL PENELITIAN : STRATEGI PEMASARAN LAPTOP PADA CV.
TECOM TECHNOLOGY PASIR PENGARAIAN
KABUPATEN ROKAN HULU.

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program Studi Manajemen pada Kamis, 28 Januari 2016 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran dari Tim Penguji.

Pasir Pengaraian, Januari 2016

Pembimbing I



Hidayat, SE., MM
NIDN: 10 2705 8603

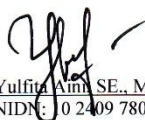
Pembimbing II



Asrori S.Pd., MM
NIDN: 10 1505 8204

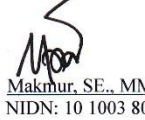
Penguji Ujian Komprehensif,

Penguji I



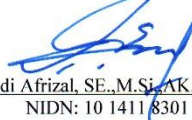
Yulfiti Aini, SE., MM
NIDN: 10 2409 7802

Penguji II



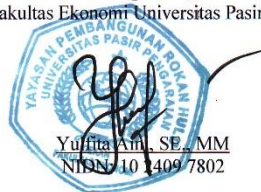
Makmur, SE., MMA
NIDN: 10 1003 8001

Penguji III



Andi Afrizal, SE., M.Si., AK., C.A
NIDN: 10 1411 8301

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian



Yulfiti Aini, SE., MM
NIDN: 10 2409 7802

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sasri Warni
Nomor Mahasiswa : 1125014
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk Laptop Pada CV. Tecom
Technology Pasir Pengaraian Kabupaten Rokan Hulu

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan serta juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, Januari 2016

Yang Membuat Pernyataan,



(SASRI WARNI)

ABSTRAK

Sasri Warni. 1125014. 2016. Strategi Pemasaran Produk Laptop Pada CV. Tecom Technology Pasir Pengaraian Kabupaten Rokan Hulu. Pembimbing I: Hidayat, SE., MM. Pembimbing II: Asrosi, S.Pd., MM.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui strategi pemasaran produk laptop yang dilakukan oleh CV. Tecom Technology serta (2) Untuk menganalisis strategi pemasaran tersebut dengan menggunakan analisa SWOT. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini berupa strategi pemasaran yang dapat dijelaskan melalui konsep 4P dari bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu: dengan melengkapi beragam jenis produk laptop, memberikan harga yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen, memilih tempat yang strategis, serta melakukan promosi yang bisa mempengaruhi/membujuk konsumen agar konsumen bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah (1) Berdasarkan analisis yang dilakukan bahwa CV. Tecom Technology memiliki strategi pemasaran yang menyangkut 4p (*marketing mix*). (2) Berdasarkan analisis SWOT (internal dan eksternal) dan sesuai dengan diagram cartecius yang telah diolah, maka CV. Tecom Technology menerapkan strategi yang berada pada kuadran I yaitu kuadran *Growth* (pertumbuhan/perkembangan). Saran dari penelitian ini adalah (1) Perusahaan hendaknya dalam melakukan distribusi dan pemasaran, sebaiknya banyak melakukan promosi. (2) Perusahaan sebaiknya tidak hanya menunggu siapa yang mau membeli produk tersebut namun juga harus mengadakan promosi produk dengan perantara sales penjualan dengan tujuan agar menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut. (3) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan peneliti selanjutnya untuk meneliti variabel lain yang juga yang berhubungan dengan pengembangan strategi pemasaran perusahaan. (4) Peneliti selanjutnya dapat menggunakan teknik analisa yang beragam, sehingga hasil penelitian dapat dilihat dari berbagai sudut pandang dan berbagai kalangan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Pemasaran Produk Laptop Pada CV. Tecom Technology Pasir Pengaraian Kabupaten Rokan Hulu”** ini hingga selesai.

Saya selaku penyusun sadar akan ketidaksempurnaan dan kekurangan dalam penyelesaian skripsi ini baik itu dalam hal sistem penyusunan maupun materinya. Oleh karena itu, saya menerima kritik dan saran yang mendukung serta membangun guna untuk mengembangkan pengetahuan saya agar kedepannya lebih baik lagi. Saya menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari banyak pihak. Pada kesempatan ini tak lupa saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Feliatra, DEA, selaku Rektor Universitas Pasir Pengaraian.
2. Ibu Yulfita Aini, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
3. Ibu Seprini, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian.
4. Bapak Hidayat, SE., MM, selaku pembimbing I, yang telah mengarahkan saya dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Asrori, S.Pd., MM, selaku pembimbing II, yang telah mengarahkan saya dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Khususnya buat Orang tua yang amat saya sayangi Ayahanda Surya Sutrisno dan Ibunda Roslina yang telah mencurahkan kasih sayang dan do'a juga memberikan pengorbanan kepada saya, baik itu dukungan moral maupun material yang sangat berharga sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Untuk Kakak, Abang dan Adik-adik tercinta, terima kasih semuanya telah memberikan kepercayaan dan kesempatan kepada saya untuk untuk melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi dan alhamdulillah memperoleh gelar sarjana.
8. Kepada pimpinan beserta karyawan CV. Tecom Technology yang telah banyak membantu saya dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk penyelesaian skripsi ini.
9. Buat sahabat saya, Widia Wati, Dasmiasi, dan Ideranesti yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada saya.
10. Kepada seluruh rekan-rekan se-angkatan yang ikut mendukung penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pemerintah, peneliti lain dan pihak yang berkepentingan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dibidang manajemen.

Pasir Pengaraian, Januari 2016
Penulis,

SASRI WARNI
NIM: 1125014

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penelitian	7
BAB II : LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL	9
A. Landasan Teori	9
B. Kerangka Konseptual	32
BAB III : METODE PENELITIAN	34
A. Ruang Lingkup Penelitian	34
B. Informan Penelitian	34
C. Jenis dan Sumber Data	34
D. Teknik Pengambilan Data	35
E. Definisi Operasional	36
F. Teknik Analisis Data	37
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	38
B. Analisis Data Penelitian	41
C. Pembahasan	42

BAB V : PENUTUP	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Gross Income Penjualan Produk	4
Tabel 2.1 Matrik SWOT	31
Tabel 4.1 IFAS	49
Tabel 4.2 EFAS	53
Tabel 4.3 Matriks SWOT	57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.2 Proses Pemasaran	12
Gambar 2.3 Diagram Analisis SWOT	29
Gambar 2.4 Kerangka Konseptual	33
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	40
Gambar 4.2 Diagram Cartecius	54