



**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN UNTUK  
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA  
PT. SUSU SEHAT ALAMI JEMBER**

*IMPLEMENTATION OF MARKETING MIX TO INCREASE  
SALES VOLUME AT PT. SUSU SEHAT ALAMI JEMBER*

**SKRIPSI**

Oleh

**Wahyu Respati Wulandari  
NIM 060910202207**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER  
2010**



**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN UNTUK  
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA  
PT. SUSU SEHAT ALAMI JEMBER**

*IMPLEMENTATION OF MARKETING MIX TO INCREASE  
SALES VOLUME AT PT. SUSU SEHAT ALAMI JEMBER*

**SKRIPSI**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Niaga (S1)  
dan mencapai gelar Sarjana Sosial

Oleh

**Wahyu Respati Wulandari**  
**NIM 060910202207**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER  
2010**

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTO</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PEMBIMBINGAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>RINGKASAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>5</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>6</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>6</b>
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
<b>2.1 Pemasaran</b> .....	<b>7</b>
<b>2.2 Bauran Pemasaran</b> .....	<b>9</b>
<b>2.3 Implementasi</b> .....	<b>19</b>
<b>2.4 Pengertian Penjualan</b> .....	<b>20</b>
<b>2.5 Tinjauan Penelitian Sebelumnya</b> .....	<b>23</b>

<b>BAB 3. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
<b>3.1 Tipe dan Paradigma Penelitian.....</b>	<b>26</b>
<b>3.2 Tahap Persiapan .....</b>	<b>26</b>
<b>3.3 Tahap Pengumpulan Data .....</b>	<b>30</b>
<b>3.4 Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data.....</b>	<b>31</b>
<b>3.5 Tahap Analisis Data .....</b>	<b>32</b>
<b>3.6 Tahap Penarikan Kesimpulan .....</b>	<b>34</b>
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
<b>4.1 Analisis Domain .....</b>	<b>35</b>
<b>4.1.1 Sejarah Singkat PT. Susu Sehat Alami .....</b>	<b>35</b>
<b>4.1.2 Organisasi Perusahaan .....</b>	<b>37</b>
<b>4.1.3 Kondisi Persaingan Susu Di Kota Jember.....</b>	<b>47</b>
<b>4.2 Analisis Taksonomi .....</b>	<b>51</b>
<b>4.3 Intepretasi .....</b>	<b>58</b>
<b>BAB 5. PENUTUP .....</b>	<b>62</b>
<b>5.1 KESIMPULAN .....</b>	<b>62</b>
<b>5.2 SARAN .....</b>	<b>63</b>
<b>DAFTAR BACAAN.....</b>	<b>64</b>

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**A. SURAT IJIN PENELITIAN**

**B. PEDOMAN WAWANCARA**

**C. FOTO PRODUK MILKU**

**D. DESKRIPSI HASIL WAWANCARA**

## RINGKASAN

**Implementasi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Susu Sehat Alami Jember;** Wahyu Respati Wulandari; 060910202207; 2010: 60 halaman; Jurusan Ilmu Administrasi. Program Studi Ilmu Administrasi Niaga. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Jember.

Perubahan iklim bisnis di dunia semakin hari bergerak sangat cepat dan dinamis. Perubahan tersebut biasanya saling berkaitan antara satu bagian dengan bagian lainnya. Kebutuhan dan keinginan manusia pun semakin kompleks, termasuk kebutuhan fisik dasar akan makanan. Manusia memenuhi kebutuhan makanannya dengan empat sehat lima sempurna. Faktor penyempurna tersebut adalah susu. Susu memiliki banyak fungsi dan manfaat. Susu sapi merupakan salah satu sumber gizi keluarga.

Perusahaan memasarkan produk ke masyarakat harus melihat kondisi pasarnya terlebih dahulu. Strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan adalah melalui bauran pemasaran. Bauran pemasaran ini haruslah diatur sedemikian rupa sehingga akan dapat berfungsi sebagai senjata yang tepat dalam persaingannya di pasar melawan pesaing-pesaingnya, maka senjata itu harus disesuaikan dengan keadaan pasar serta kondisi persaingan yang dihadapinya.

Tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui implementasi bauran pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan PT. Susu Sehat Alami Jember. Penelitian ini dilakukan melalui wawancara beberapa informan yang ada pada PT. Susu Sehat Alami. Peneliti mengidentifikasi dan memilih informan yang mengetahui topik penelitian secara mendalam. Penelitian ini dilakukan agar data yang diangkat menjadi relevan dengan permasalahan. Hasil penelitian ini membuktikan beberapa hal yang telah diterapkan perusahaan antara lain yaitu

kebijakan produk, kebijakan penetapan harga, kebijakan lokasi, kebijakan promosi melalui *advertising, sales promotion, public relations, personal selling, dan direct marketing*.