

SKRIPSI
ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA WALKUS SURF SCHOOL
BADUNG



POLITEKNIK NEGERI BALI

Disusun Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana

Terapan Program Studi Manajemen Bisnis Internasional

Jurusan Administrasi Bisnis,

Politeknik Negeri Bali

Oleh:

I Wayan Alit Kusuma

2015744104

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2024

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA WALKUS SURF SCHOOL
BADUNG



POLITEKNIK NEGERI BALI

Disusun Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana

Terapan Program Studi Manajemen Bisnis Internasional

Jurusan Administrasi Bisnis,

Politeknik Negeri Bali

Oleh:

I Wayan Alit Kusuma

2015744104

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2024

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : I Wayan Alit Kusuma

NIM : 2015744104

Prodi/Jurusan : Administrasi Bisnis / D4 Manajemen Bisnis Internasional

Dengan ini menyatakan bahwa naskah Skripsi saya dengan judul:

“Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Pada Walkus Surf School Badung”

adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah SKRIPSI ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

Badung, 13 September 2024

Yang menyatakan,



I Wayan Alit Kusuma

NIM. 2015744104

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada *Walkus Surf School* Badung
2. Penulis
 - a. Nama : I Wayan Alit Kusuma
 - b. NIM : 2015744104
 - c. Jurusan : Administrasi Bisnis
 - d. Program Studi : D4 Manajemen Bisnis Internasional

Badung, 30 Agustus 2024

Menyetujui:

Pembimbing I,

Pembimbing II,



I Made Sarjana, SE,MM

Kadek Cahya Dewi, S.T.,M.Cs

NIP. 196012311988111001

NIP. 198409092014042001

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA WALKUS SURF SCHOOL BADUNG**

Oleh:
I WAYAN ALIT KUSUMA
NIM: 2015744104

Disahkan:

Penguji I



A.A. Ayu Mirah Kencanawati,
SE.,MM

NIP. 197206121998022002

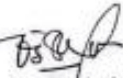
Ketua Penguji



I Made Sarjana, SE,MM

NIP. 196012311988111001

Penguji II



Ni Nyoman Teristiyani
Winaya, SE.,M,M

NIP. 196110301987032001

Mengetahui,
Jurusan Administrasi Bisnis
Ketua



Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D.
NIP. 1964092291990032003

Badung, 11 September 2024
Prodi Manajemen Bisnis Internasional
Ketua



Ketut Vini Elfarosa, SE., M.M.
NIP. 197612032008122001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Consistent is KEY to be gratest”

Everyone should stay consistent to achieve their desired results. Distractions are your enemy, so constantly remind yourself to maintain consistency. If you lose sight of your purpose even for a day, it can undermine all your efforts to remain consistent.

Persembahan

Dengan penuh rasa syukur dan bangga, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ida Sang Hyang Widhi Wasa, atas segala *Asung Kertha Wara Nugraha* yang tiada henti-hentinya tercurah dalam hidup saya. Semoga setiap langkah dalam proses ini mendapat berkah dari-Nya.
2. Orang Tua Tercinta, yang telah memberikan cinta, doa, dukungan, dan pengorbanan yang tak ternilai. Kalian adalah inspirasi terbesar saya, dan segala jerih payah serta usaha ini adalah untuk membalas sedikit dari semua yang telah kalian berikan. Terima kasih atas kasih sayang dan motivasi yang selalu menguatkan saya dalam menghadapi setiap tantangan.
3. Kakak dan Teman saya yang selalu memberikan dukungan moral dan semangat. Terima kasih atas dorongan yang kalian berikan. Kehadiran kalian membuat setiap kesulitan terasa lebih ringan.

4. Dosen Pembimbing, yang dengan sabar dan penuh dedikasi telah membimbing dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas waktu, ilmu, dan perhatian yang telah diberikan. Bimbingan dan nasihat Anda sangat berharga dalam membantu saya menyelesaikan penelitian ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar, yang telah membekali saya dengan ilmu pengetahuan dan keterampilan selama masa studi. Terima kasih atas ilmu dan pengalaman berharga yang telah diberikan.
6. Seluruh Staf Administrasi dan Akademik, yang telah membantu dalam proses administrasi dan berbagai urusan akademik. Terima kasih atas pelayanan dan bantuan yang telah diberikan.
7. Almamater Tercinta, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk menimba ilmu serta mengembangkan diri selama masa studi. Terima kasih telah menjadi wadah yang mendukung proses belajar dan pengembangan diri.
8. Seluruh Pihak yang Telah Membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas dukungan, motivasi, dan bantuan yang kalian berikan.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang cocok pada Walkus Surf School dengan menggunakan strategi bauran pemasaran dan bagaimana cara yang efektif untuk meningkatkan penjualan pada bisnis ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif dengan menggunakan metode Analisis SWOT. Sampel penelitian adalah Informan Kunci dan Bisnis Pesaing Sejenis yang pengumpulan datanya menggunakan metode wawancara in-depth. Data primer diperoleh melalui hasil wawancara dan hasil pengamatan langsung ke tempat Walkus Surf School, sementara data sekunder berasal dari ownernya langsung berupa dokumen tertulis yang diperoleh dari perusahaan yaitu data laporan penjualan tahun 2022-2023 pada Walkus Surf School. Analisis data menggunakan analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Walkus Surf School harus menerapkan strategi strategi ST (*Strengths and Threats*) dalam pengembangan produk dan penetrasi pasar yang lebih luas sehingga Walkus Surf School selalu memenuhi keinginan produk dengan menawarkan jenis produk yang sesuai dengan harga yang dibayarkan serta meningkatkan kualitas pelayanan dengan merespon pelanggan dengan cepat dan memfasilitasi instruktur yang bersertifikasi untuk menambah *experience* yang pelanggan dapatkan agar tidak berpaling ke pesaing.

Kata Kunci: *Bauran Pemasaran, Analisis SWOT, Meningkatkan Penjualan Strategi Bauran Pemasaran.*

ABSTRACT

This research aims to analyze the suitable strategy at Walkus Surf School by using the marketing mix strategy and how to effectively increase sales in this business. This research uses a Qualitative approach using the SWOT Analysis method. The research sample is Key Informants and Similar Competitor Businesses whose data collection uses the in-depth interview method. Primary data was obtained through interviews and direct observation

While secondary data comes from the owner directly in the form of written documents obtained from the company, namely sales report data for 2022-2023 at Walkus Surf School. Data analysis using SWOT analysis.

The results showed that Walkus Surf School must implement the ST (Strengths and Threats) strategy strategy in product development and broader market penetration so that Walkus Surf School always fulfills product desires by offering the type of product that matches the price paid and improves service quality by responding to customers quickly and facilitating certified instructors to add to the experience that customers get so as not to turn to competitors.

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI**

Keywords: Marketing Mix, SWOT Analysis, Increase Sales Marketing Mix Strategy.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini yang berjudul “Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Walkus Surf School”. Penulisan Penelitian ini merupakan sebuah langkah awal dalam memenuhi syarat penyusunan skripsi agar dapat menyelesaikan Pendidikan D4 Manajemen Bisnis Internasional di Politeknik Negeri Bali.

Dalam penyusunan proposal penelitian ini, penulis mengalami kesulitan dan penulis menyadari dalam penulisan proposal penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan proposal penelitian ini.

Penulis sangat berharap semoga proposal penelitian ini bermanfaat bagi kita semua. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih.

Penulis

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

I Wayan Alit Kusuma

DAFTAR ISI

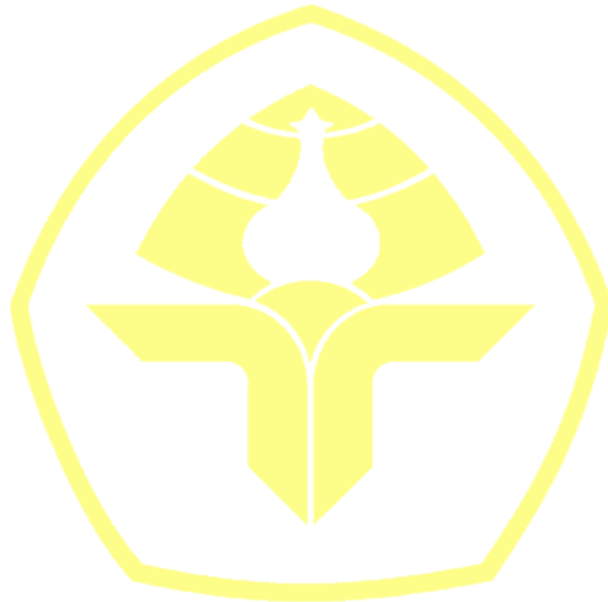
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Kontribusi Hasil Penelitian.....	8
1.4.1. Kontribusi Hasil Teoritis	8
1.4.2. Kontribusi Hasil Praktis	8

1.5.	Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA		11
2.1	Pengertian Pemasaran.....	11
2.2	Manajemen Pemasaran.....	12
2.3	Strategi Pemasaran	13
2.4	Bauran Pemasaran	15
2.5	Analisis SWOT.....	18
2.6	Matriks SWOT	20
2.7	Penelitian Sebelumnya	24
2.5	Kerangka Berpikir	31
BAB III METODE PENELITIAN.....		32
3.1	Lokasi Penelitian	32
3.2	Data Penelitian	33
3.3.1	Jenis Data	33
3.3.2	Sumber Data.....	33
3.3	Teknik Pengumpulan Data	34
3.4	Metode Analisis Data	36
3.5.1	Analisis SWOT	36
3.5.2	Matriks IE	41
3.5.3	Matriks SWOT	42

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	44
4.1.1 Sejarah Walkus Surf School.....	44
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	45
4.1.3 Bidang Usaha	45
4.1.4 Struktur Organisasi di Walkus Surf School.....	46
4.2 Hasil Analisis Dan Pembahasan	49
4.2.1 Bauran Pemasaran Walkus Surf School.....	49
4.2.2 Faktor Internal dan Eksternal.....	52
4.2.3 Matriks IFAS dan EFAS.....	58
4.2.4 Matriks IE (Internal Eksternal)	67
4.2.5 Matriks SWOT	68
4.3 Implikasi Hasil Penelitian	76
4.3.1 Implikasi Teoritis.....	76
4.3.2 Implikasi Praktis	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Peta Lokasi Walkus Surf School	32
Gambar 3. 2 Kuadran SWOT	41
Gambar 4. 1 Logo Walkus Surf School.....	45
Gambar 4. 2 Stuktur Organisasi WALKUS Surf School	47
Gambar 4. 3 Matriks IE Walkus Surf School.....	67



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

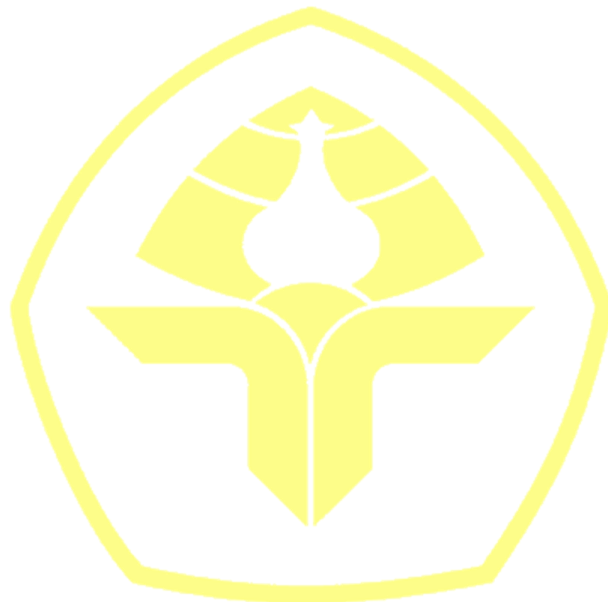
DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan Walkus Surf School Tahun 2022- 2023	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3. 1 Matriks Internal Factor Analisis Summary (IFAS)	37
Tabel 3. 2 Matriks Eksternal Factor Analisis Summary (EFAS).....	38
Tabel 3. 3 Kriteria Hasil Analisis	40
Tabel 4. 1 Kekuatan (Strengths) Walkus Surf School	54
Tabel 4. 2 Kelemahan (Weakness) Walkus Surf School	55
Tabel 4. 3 Opportunities (Peluang) Walkus Surf School.....	56
Tabel 4. 4 Threats (Ancaman) Walkus Surf School	58
Tabel 4. 5 Matriks IFAS Walkus Surf School	58
Tabel 4. 6 Matriks IFAS Walkus Surf School	63
Tabel 4. 7 Matriks SWOT	69

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Form Bimbingan.....	87
Lampiran 2 Persetujuan Skripsi	89
Lampiran 3 Hasil Analisis SWOT.....	90
Lampiran 4 Hasil Wawancara	92



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pulau Bali terkenal dengan pemandangannya yang menakjubkan. Bali merupakan tujuan wisata yang populer bagi penduduk lokal dan pengunjung dari negara lain. Dibandingkan dengan kabupaten lain di Bali, Kabupaten Badung mengalami perkembangan yang pesat sebagai tujuan wisata. Beberapa dari banyak hal yang menarik wisatawan ke suatu destinasi adalah pantainya yang indah. Selain menikmati keindahan alam pantai, pengunjung juga dapat melakukan berbagai macam olahraga air, seperti jetski, snorkeling, banana boat, dan menyelam. Selain itu, berselancar (atau hanya berselancar) adalah olahraga air.

Banyak orang berpikir bahwa Polinesia kuno, dan khususnya Hawaii, adalah tempat pertama kali selancar muncul. Karena Hawaii terkenal dengan pelestarian budayanya, olahraga ini memiliki makna spiritual dan religius bagi masyarakat Hawaii. Perenang Olimpiade Duke Kahanamoku mempopulerkan selancar di Amerika dan Oseania selama abad ke-20. Duke Kahanamoku juga berperan penting dalam membawa selancar ke luar Hawaii

untuk pertama kalinya. Fiberglass dan resin adalah bahan baru yang merevolusi konstruksi papan selancar pada tahun 1950-an dan 1960-an. Karena itu, para peselancar dapat menciptakan papan yang lebih kuat dan lebih ringan, yang membuka manuver-manuver baru di atas ombak. Film-film seperti “The Endless Summer” mempopulerkan selancar dalam skala global dengan menampilkan olahraga ini di lokasi-lokasi yang menakjubkan. Didirikan pada tahun 1976 oleh Asosiasi Selancar Profesional Dunia, World Surf League (WSL) mengangkat selancar menjadi olahraga profesional. Di antara sekian banyak aktivitas air yang telah berevolusi dari asalnya di Polinesia Kuno, selancar kini dikenal luas sebagai industri yang populer dan berpotensi menguntungkan.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) telah berkembang pesat di era globalisasi modern dan sangat penting bagi perekonomian banyak negara, termasuk Indonesia yang sedang mengalami pertumbuhan ekonomi yang pesat. Usaha kecil dan menengah (UKM) menghadapi kesulitan dalam menjual produk mereka karena sistem ekonomi yang rumit. Dalam hal penyerapan tenaga kerja dan penyebaran hasil-hasil pembangunan, UMKM memainkan peran penting dalam membangun ekonomi nasional. Usaha kecil dan menengah (UKM) memiliki potensi untuk meningkatkan lapangan kerja, menyediakan berbagai layanan kepada masyarakat lokal, meningkatkan pendapatan rumah tangga, dan membantu menstabilkan keuangan nasional (A. H. Putra, 2018; Sukman, 2020).

Pelaku usaha akan selalu menghadapi persaingan dalam pemasaran produk. Untuk menjadi yang terdepan, para pelaku di dunia bisnis harus kreatif dan inovatif dalam mempromosikan produknya. Seperti yang dijelaskan oleh Philip Kotler, pemasaran adalah tentang bagaimana orang memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka melalui produksi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa. Fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan sambil mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi adalah pemasaran, menurut definisi yang dikutip oleh Kotler dan Keller (2016) dari American Marketing Association (AMA).

Berdasarkan definisi ini, jelas bahwa tujuan akhir pemasaran adalah untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan melalui berbagai saluran, seperti pengembangan produk, penetapan harga, promosi, membangun hubungan, layanan pelanggan, dan menghasilkan keuntungan bagi bisnis. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang sesuai dan sukses sangat penting bagi perusahaan untuk berhasil dalam menghadapi persaingan yang ketat dan mencapai tujuannya. Sebagai hasil dari pentingnya strategi pemasaran untuk kesuksesan perusahaan, profesional pemasaran memainkan peran penting dalam perencanaan strategis perusahaan (Jaya et al., 2020).

Menurut Effendy (2019: 85), bauran pemasaran terdiri dari lima kegiatan yang saling berhubungan yang bekerja sama untuk mendapatkan pengetahuan tentang permintaan konsumen, menciptakan produk yang sesuai, menetapkan harga, mendistribusikan, dan mempromosikannya.

Strategi pemasaran yang dapat mendukung kemajuan perusahaan sangat penting dalam lanskap perusahaan yang terus berubah saat ini. Karena pemasaran sangat erat kaitannya dengan masyarakat dan konsumen, keberhasilan atau kegagalannya memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan atau kejatuhan perusahaan.

Untuk menetapkan arah operasi perusahaan dan mengidentifikasi demografi yang menjadi target penjualan produk, perusahaan membutuhkan strategi pemasaran. Bauran pemasaran adalah metode untuk mengukur tingkat keberhasilan pemasaran karena mempengaruhi upaya pemasaran dan mempengaruhi pelanggan untuk membeli barang dan jasa yang dipasarkan. Produk, harga, penempatan, dan promosi adalah empat pilar bauran pemasaran yang berada di bawah lingkup organisasi (Kotler dan Armstrong, 2016). Product, Price, Promotion, Place, People, Process, and Physical membentuk 7P, yang bersama-sama membentuk strategi pemasaran perusahaan untuk memaksimalkan keuntungan.

Wisatawan internasional dan lokal dapat memanfaatkan layanan yang ditawarkan oleh Walkus Surf School untuk mempelajari selancar. Anda bisa menemukan Walkus Surf School di Pantai Muaya Jimbaran, Bali. Mereka menawarkan pelajaran berselancar dan menyewakan papan selancar. Penulis melihat beberapa kekurangan pemasaran di Walkus Surf School. Pertama, situs webnya tidak menarik. Kedua, walkus surf ini tidak aktif di Instagram atau platform media sosial lainnya. Terakhir, walkus surf tidak berkolaborasi dengan pihak luar, seperti hotel atau villa. Mengenai data penjualan yang

diberikan oleh pemilik Walkus Surf School, di bawah ini adalah angka-angka untuk tahun 2022 dan 2023.

Tabel 1. 1 Penjualan Walkus Surf School Tahun 2022- 2023

NO	BULAN	TOTAL CUSTOMER	TOTAL PENJUALAN
1	JANUARY	37	34.450.000
2	FEBRUARY	42	43.750.000
3	MARET	47	51.000.000
4	APRIL	49	52.500.000
5	MEI	44	48.250.000
6	JUNI	51	51.450.000
7	JULI	58	62.100.000
8	AGUSTUS	62	63.450.000
9	SEPTEMBER	56	59.500.000
10	OKTOBER	58	61.500.000
11	NOVEMBER	61	61.500.000
12	DECEMBER	59	62.500.000
	TOTAL	624	651.950.000

NO	BULAN	TOTAL CUSTOMER	TOTAL PENJUALAN
1	JANUARY	35	33.450.000
2	FEBRUARY	38	35.750.000
3	MARET	36	34.000.000
4	APRIL	34	32.500.000
5	MEI	38	37.750.000
6	JUNI	40	44.450.000
7	JULI	43	46.200.000
8	AGUSTUS	46	49.450.000
9	SEPTEMBER	41	39.000.000
10	OKTOBER	37	35.500.000
11	NOVEMBER	30	31.450.000
12	DECEMBER	26	28.900.000
	TOTAL	444	448.400.000

Sumber: data diolah penulis (2024)

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

Menurut tabel 1.1, terjadi penurunan penjualan yang signifikan dari tahun 2022 ke 2023. Semakin banyak saingan yang mulai menggunakan strategi bisnis yang sama, yang menyebabkan penurunan. Pemilik Walkus Surf School, dalam sebuah wawancara, menyalahkan masuknya pesaing baru, baik lokal maupun internasional, yang membuka toko online (melalui situs web) dan menawarkan pelajaran selancar dengan harga yang lebih murah

daripada Walkus Surf School. Sebagian besar dari sekolah-sekolah ini bahkan tidak memiliki lokasi fisik seperti Walkus Surf School, dan hanya mengandalkan penyewaan peralatan. Ada masalah dengan pengembangan situs web di Walkus Surf School. Situs web dibuat menggunakan aplikasi Canva tanpa domain di internet, sehingga calon pelanggan tidak dapat menemukannya melalui Google atau mesin pencari lainnya. Selain itu, kurangnya iklan dan aktivitas di platform media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan lainnya. Kurangnya pengembangan situs web adalah salah satu masalah internal di Walkus Surf School.

Faktor-faktor ini menunjukkan semakin banyaknya kompetitor yang menawarkan harga yang lebih rendah dari Walkus Surf School, tidak memadainya situs web yang dimiliki oleh Walkus Surf School untuk menarik pelanggan potensial, dan tidak aktifnya pemilik dalam hal pemasaran dan periklanan, yang semuanya berkontribusi pada penurunan penjualan dari tahun 2022 hingga 2023.

Penggunaan analisis SWOT memungkinkan Walkus Surf School untuk mengukur keefektifan rencana pemasaran mereka. Analisis SWOT mencatat kekuatan dan kelemahan perusahaan, serta kemungkinan dan bahaya yang dihadapinya. Salah satu cara agar para manajer dapat dengan cepat menilai status strategis perusahaan mereka adalah dengan menggunakan analisis SWOT (David 2009). Kekuatan perusahaan terletak pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan klien, dibandingkan dengan para pesaingnya. Jika dibandingkan dengan pesaing, kelemahan kita

terlihat dari sumber daya dan keterampilan yang tidak mencukupi yang menghambat kemampuan kita untuk memenuhi harapan klien secara memadai. Kondisi optimal di mana perusahaan dapat memanfaatkan perkembangan saat ini dikenal sebagai peluang. Aspek negatif yang paling signifikan dari lingkungan tertentu dikenal sebagai ancaman. Bahaya adalah hal utama yang dapat menggagalkan kesuksesan perusahaan saat ini atau di masa depan. Sejumlah faktor dapat merusak prospek perusahaan, termasuk masuknya saingan baru, perlambatan pertumbuhan pasar, perubahan teknologi, undang-undang baru, kekuatan tawar-menawar pemasok atau pelanggan penting, dan sebagainya.

Peningkatan yang diperkirakan dalam situasi pemasaran Walkus Surf School relatif terhadap para pesaing dapat dicapai melalui penerapan analisis SWOT dan rencana bauran pemasaran. Pertimbangan 7P-Product, Price, Promotion, Place, Packages, Process, dan Physical Evidence-merupakan inti dari pendekatan bauran pemasaran. Oleh karena itu, penulis ingin mendalami lebih dalam mengenai riset pemasaran, oleh karena itu penelitian ini mengangkat judul **“Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Walkus Surf School”**.

1.2. Perumusan Masalah

Bagaimana strategi bauran pemasaran 7P dalam meningkatkan penjualan pada Walkus Surf School berdasarkan analisis SWOT?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk meningkatkan penjualan pada Walkus Surf School dengan menerapkan strategi bauran pemasaran 7P berdasarkan analisis SWOT pada Walkus Surf School.

1.4. Kontribusi Hasil Penelitian

Di antara manfaat yang diharapkan dari temuan studi ini adalah sebagai berikut:

1.4.1. Kontribusi Hasil Teoritis

Secara umum, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kemajuan pengetahuan, khususnya di bidang-bidang yang berkaitan dengan kemampuan teknik-teknik bauran pemasaran dalam meningkatkan penjualan.

1.4.2. Kontribusi Hasil Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

a. Bagi Perusahaan

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Perusahaan Walkus Surf School berharap untuk menggunakan studi ini untuk keuntungan mereka dengan menggunakan rencana pemasaran yang paling efektif berdasarkan bauran pemasaran sehingga dapat meningkatkan penjualan.

b. Bagi Peneliti

Studi tambahan yang meneliti kemampuan Strategi Bauran Pemasaran untuk meningkatkan penjualan dapat menggunakan studi ini sebagai referensi.

1.5. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan penelitian berjudul “Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada “Walkus Surf School” terdiri dari lima bagian inti, yakni sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab yang menjelaskan mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian dan kontribusi hasil penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjabarkan tentang kajian pustaka yang akan digunakan sebagai dasar penelitian yang meliputi kajian teoritis, kajian empiris, serta kerangka pemikiran teoritis mengenai Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Walkus Surf School.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memaparkan metode penelitian yang digunakan, yang meliputi lokasi penelitian, populasi dan sampel

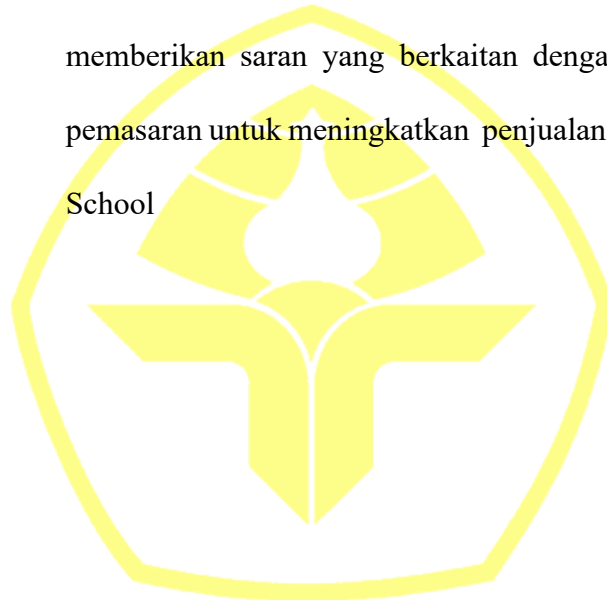
penelitian, jenis data, sumber data, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai penelitian yang dilakukan, meliputi gambaran umum Walkus Surf School, hasil analisis dan pembahasan, serta implikasi hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memberikan kesimpulan dari hasil pembahasan serta memberikan saran yang berkaitan dengan strategi bauran pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada Walkus Surf School



**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI**

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

- 1) Strategi bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, Physical Eviden, People and Process*) yang dimiliki oleh Walkus Surf School yaitu yang pertama *product* atau produk. Walkus Surf School merupakan perusahaan jasa, sehingga produk dalam bentuk jasa yang ditawarkan selalu diperhatikan dan disesuaikan agar pelanggan merasakan kualitas pelayanan yang baik yang dapat diberikan, selain itu perusahaan juga selalu memperhatikan kualitas produknya agar tidak kalah saing serta berinovasi memberikan produk yang berbeda dengan pesaing. Kemudian yang kedua yaitu *price* atau harga. Walkus Surf School menawarkan harga yang relative lebih mahal dibandingkan pesaing, harga berkisaran pada Rp 400.000 – Rp 1.600.000 tergantung dengan kelas yang dipilih oleh pelanggan. Dengan harga yang sudah ditentukan ini, perusahaan selalu memberikan kualitas dan kenyamanan terbaik kepada pelanggan. Selanjutnya yang ketiga *place* atau tempat. Lokasi Walkus Surf School terletak di Jl. Bukit Permai No.6

Jimbaran, Kuta Selatan, Badung, Bali yang dimana lokasi ini merupakan lokasi strategis karena dekat dengan Pantai Muaya di Jimbaran, yang dimana Pantai ini merupakan salah satu spot terbaik untuk berselancar di wilayah Kuta Selatan. Selanjutnya yang keempat yaitu *promotion* atau pemasaran. Pemasaran yang dilakukan oleh Walkus Surf School adalah melalui sosial media Instagram dan memanfaatkan google maps untuk menambah engagement pelanggan yang ingin melihat review terbaik. Kemudian yang kelima yaitu physical eviden atau bukti fisik. Walkus Surf School memberikan produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan, memberikan tempat yang bersih dan nyaman, memastikan keamanan pelanggan serta menyediakan toilet agar pelanggan dapat bersiap – siap setelah selesai melakukan kelas berselancar. Selanjutnya yang keenam yaitu people atau karyawan. Walkus Surf School memiliki karyawan dengan status *freelancer*, dimana karyawan ini akan bekerja sesuai dengan jadwal dan pelanggan yang ada di setiap harinya. Freelancer yang diajak bekerjasama merupakan karyawan yang bersertifikasi dalam bidang selancar dan pastinya bekerja sesuai dengan SOP perusahaan. Lalu yang ketujuh yaitu *process* atau proses. Proses operasional di Walkus Surf School yaitu pelanggan harus melakukan reservasi terlebih dahulu, setelah reservasi selesai, pelanggan akan datang pada waktu dan tempat yang sudah ditentukan agar kelas berselancar dapat dilakukan dengan baik. Kemudian para instruktur akan menyiapkan kebutuhan sesuai dengan reservasi pelanggan serta melakukan kelas berselancar bersama pelanggan. Instructor

akan memastikan bahwa pelanggan merasa puas dengan kelas yang sudah dilakukan. Setelah itu, perusahaan juga menyediakan jasa foto apabila pelanggan menginginkannya.

- 2) Faktor internal dan eksternal yang dimiliki oleh Walkus Surf School yaitu terdapat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Untuk faktor kekuatan serta kelemahan pada analisis menggunakan matriks IFAS (*Internal Analysis Factor Summary*) mendapatkan hasil indikator internal perusahaan sebesar 2.84 yang mengidentifikasi bahwa perusahaan berada pada posisi internal yang sangat kuat. Kemudian untuk faktor peluang dan ancaman di analisis menggunakan matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) dan mendapatkan hasil indikator eksternal perusahaan sebesar 3.31 yang mengidentifikasi bahwa perusahaan berada pada posisi eksternal yang sangat menguntungkan.
- 3) Matriks IE menunjukkan bahwa Walkus Surf School menempati kuadran ke II (dua) yaitu perusahaan pada posisi *Growth Strategy*. Strategi yang umum dipakai pada posisi tersebut adalah pengembangan produk dan penetrasi pasar yang lebih luas dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan dan profit dengan cara memanfaatkan keuntungan dalam pemasaran. Kemudian pada matriks SWOT menunjukkan bahwa strategi bauran pemasaran yang tepat digunakan oleh Walkus Surf School adalah strategi ST (*Strengths and Threats*) dalam pengembangan produk dan penetrasi pasar yang lebih luas sehingga Walkus Surf School selalu memenuhi keinginan produk dengan menawarkan jenis produk yang sesuai dengan harga yang dibayarkan serta

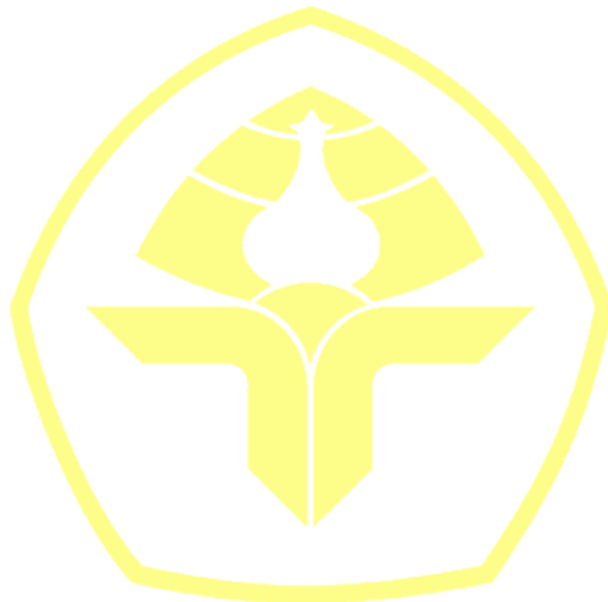
meningkatkan kualitas pelayanan dengan merespon pelanggan dengan cepat dan memfasilitasi instruktur yang bersertifikasi untuk menambah *experience* yang pelanggan dapatkan agar tidak berpaling ke pesaing. Walkus Surf School juga dapat memanfaatkan sosial media dengan baik, agar target pasar terpenuhi serta dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh Walkus Surf School yaitu pada pemasaran produk.

1. Diharapkan Walkus Surf School dapat lebih aktif dalam melakukan pemasaran melalui media sosial (Instagram) mengingat pada masa sekarang media sosial (Instagram) dapat memberi pengaruh positif terhadap keberlangsungan perusahaan dimana produk-produk yang dimiliki oleh perusahaan akan dapat dengan mudah dikenal oleh masyarakat luas.
2. Diharapkan Walkus Surf School memaksimalkan penggunaan website untuk memberikan informasi lebih jelas terhadap pelanggan serta dapat mengedukasi pelanggan dengan baik mengenai *benefit* yang diterima jika berlangganan dengan Walkus Surf School.
3. Diharapkan Walkus Surf School melakukan inovasi terhadap produk yang dimilikinya dengan menambah layanan pada produk seperti memberikan welcome drink, handuk, sunscreen, dan transportasi dengan radius jarak tertentu.

4. Diharapkan Walkus Surf School melakukan kerjasama dengan hotel, villa, homestay, restaurant, dan juga tempat spa dengan cara melakukan kontrak kerjasama dan juga menaruh brosur walkus suf school di tempat tersebut guna meningkatkan penjualan pada walkus surf school. (Lampiran 6)

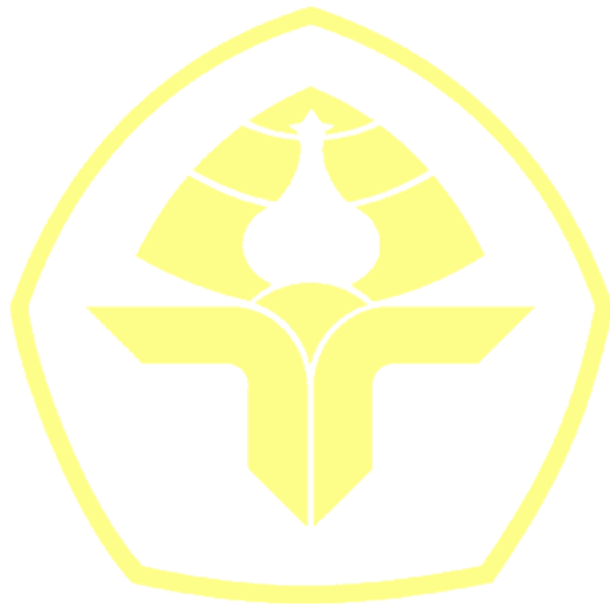


JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Mochammad Hamdan *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix)* (n.d.).
<https://doi.org/10.37726/Strategi>
- Nabilla, O. :, Beu, S., Moniharapon, S., Samadi, R. L., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (n.d.). *ANALYSIS OF MARKETTING MIX STRATEGY ON SALES OF DRIED FISH AT MSME STORES 48 MARKET BERSEHATI MANADO.*
- Riski Putri Anjayani, & Intan Rike Febriyanti. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada UMKM YJS Sukabumi). *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(9), 3610–3617.
<https://doi.org/10.55927/mudima.v2i9.1175>
- STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN[1].* (n.d.).
- Taroreh, G. A., Mananeke, L., & Roring, F. (2018). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN MOBIL MITSUBISHI XPANDER PADA PT. BOSOWA BERLIANMOTOR KAIRAGI
MARKETING STRATEGY ANALYSIS IN INCREASING THE SALES VOLUME OF MITSUBISHI XPANDER CARS AT PT. BOSOWA BERLIAN MOTOR KAIRAGI. *Analisis Strategi..... 3683 Jurnal EMBA*, 6(4), 3683–3692.
- Timbuleng, S., Tumbel, A., Lintong, D., Timbuleng, S., Tumbel, A. L., & ChA Lintong, D. (2021). *ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (STUDI KASUS PADA FRISKA BEAUTY STUDIO TOMOHON) ANALYSIS OF MARKETING MIX STRATEGY TO*

*INCREASE COMPETITIVENESS UMKM (STUDY CASE OF FRISKA BEAUTY
STUDIO TOMOHON). 9(2), 1178–1184.*



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI