

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK MCAFEE PADA
CV. MULTIKOM PALEMBANG**

LAPORAN AKHIR

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Menyelesaikan Pendidikan Program DIII
Jurusan Manajemen Pemasaran**



Diajukan Oleh:

GILANG RAMADHAN

NPM . 2101150011

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDIANTI

2024

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN AKHIR

Nama : Gilang Ramadhan
Nomor Pokok : 2101150011
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen Pemasaran
Jenjang Pendidikan : Diploma III (DIII)
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk McAfee Pada CV. Multikom Palembang

Penguji Laporan Akhir:

Tanggal : 07-10-2024

Pembimbing I : 
Baidowi Abdhie, SE.M.P
NIDN. 0210116101

Tanggal : 03-10-2024

Pembimbing II : 
Herman Efrizal, SE,MM
NIDN. 0207125901

Mengesahkan :

Dekan,

Tanggal : 07-10-2024

Ketua Program Studi

Tanggal : 07-10-2024


Dr. Msy. Mikiál, SE, M.Si, Ak. CA.CSRS
NIDN.0205026401

 060 /PS/DFEB/ 24


Suharti, SE, MM
NIDN.0220086501

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR

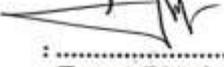
Nama : Gilang Ramadhan
Nomor Pokok : 2101150011
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen Pemasaran
Jenjang Pendidikan : Diploma III (DIII)
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk McAfee Pada CV. Multikom Palembang

Penguji Laporan Akhir:

Tanggal : 07-10-2024

Ketua Penguji: 
Baidowi Abdhie, SE.M.P
NIDN. 0210116101

Tanggal : 03-10-2024

Penguji I : 
Herman Efrizal, SE.MM
NIDN. 0202066602

Tanggal : 07-10-2024

Penguji II : 
Suharti SE.MM
NIDN. 02220086501

Mengesahkan :

Dekan,
Tanggal : 07-10-2024

Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak. CA.CSRS
NIDN.0205026401

Ketua Program Studi
Tanggal : 07-10-2024

Suharti, SE, MM
NIDN.0220086501

060 /PS/DFEB/ 24

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Gilang Ramadhan
Nomor Pokok : 2101150011
Jurusan/ Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Jenjang Pendidikan : Diploma Tiga (DIII)
Tempat Tanggal Lahir : Palembang, 05 November 2003

Menyatakan Bahwa Laporan Akhir dibawah ini:

**Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk McAfee
Pada CV. Multikom Palembang**

Merupakan hasil karya saya sendiri dan apabila terbukti sebagai hasil karya orang lain, saya bersedia menerima segala sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian Surat Pernyataan Laporan Akhir ini dibuat sebagai mestinya dan benar adanya.

Palembang, September 2024



Gilang Ramadhan

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Teruslah berjalan mengejar mimpimu, jangan menyerah karena biasanya keajaiban terjadi disaat kita putus asa”

Kupersembahkan Kepada:

-Kedua Orang Tuaku Tercinta

-Saudaraku Tersayang

-Para Pendidik yang kuhormati

-Sahabat dan Orang Terkasihku

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur senantiasa ditujukan hanya kepada Allah swt, atas segala Rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk McAfee Pada CV. Multikom Palembang” dalam waktu dan tanpa adanya halangan yang berarti, menulis laporan akhir adalah salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih jauh dari kata sempurna, baik penyusunan maupun isinya. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan pengetahuan, pengalaman dan kemampuan yang penulis miliki.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua yang telah berjasa membimbing, mengarahkan dan membantu penulis dalam menyelesaikan laporan ini. Untuk itu dengan segala kerendahan hati yang tulus penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof.Dr. Ir. H. Edizal AE., MS, selaku Rektor Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, S.E. M.Si.AK.CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
3. Ibu Suharti, S.E, MM selaku Ketua Jurusan Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
4. Bapak Baidowi Abdhie S.E., M.P, selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bantuan dan bimbingan hingga selesainya penyusunan Laporan Akhir.
5. Bapak Herman Efrizal, SE.MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran, masukan dan bimbingan yang bermanfaat bagi penyusunan Laporan Akhir.

6. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti yang telah memberikan ilmu dan pengarahan kepada penulis.
7. Ibu Desriwati selaku Manager Toko CV. Multikom Palembang beserta karyawan yang telah memberi informasi dan selalu mendukung dalam penyelesaian Laporan Akhir ini.
8. Kepada Ibuku tersayang Noviyanti yang mendoakan penulis, mendukung dan memberikan semangat yang positif kepada penulis dari awal sampai akhir dalam proses penyusunan laporan akhir ini. Dan ayahku Agus Purnomo yang telah memberi Pelajaran kepada penulis untuk menjadi seorang yang mandiri, sehingga dapat menyelesaikan Pendidikan ini.
9. Saudara-saudaraku yang telah memberikan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan akhir ini tepat waktu.
10. Sahabatku terkasih, terutama Ari yang telah menemani penulis selama menjalani pendidikan ini, terimakasih telah menjadi pendukung dan tetap peduli di setiap keadaan apapun.
11. Kepada orang yang saya cintai, terimakasih atas semangat, dukungan serta telah menjadi tempat berkeluh kesah dan bahu untuk bersandar dari setiap masalah yang dihadapi penulis dalam proses penyusunan laporan akhir. Terimakasih telah menjadi rumah yang tidak hanya berupa tanah dan bangunan serta seluruh hal baik yang diberikan selama ini.

Palembang, 17 September 2024

Gilang Ramadhan

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
RIWAYAT HIDUP	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan masalah.....	2
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	2
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	2
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	3
1.4 Metode Penelitian.....	3
1.4.1 Lokasi Penelitian	3
1.4.2 Sumber Data	4
1.4.3 Teknik Pengumpulan Data	4
1.5 Sistematika Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Pengertian Strategi Pemasaran secara Umum.....	6
2.2 Pengertian Strategi Pemasaran menurut Para Ahli	8
2.3 Pengertian Bauran Pemasaran (<i>Marketing mix</i>).....	8

2.4 Tujuan Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	11
2.5 Strategi Pemasaran Produk	12
2.6 Fungsi Strategi Pemasaran	16
2.7 Tujuan Strategi Pemasaran.....	18
2.8 Analisis SWOT pada Strategi Pemasaran Produk.....	19
2.9 Manfaat Analisis SWOT pada Strategi Pemasaran Produk	20
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	23
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	23
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	24
3.3 Tanah dan Bangunan.....	25
3.4 Visi dan Misi Perusahaan.....	25
3.5 Struktur Organisasi	26
3.6 Kegiatan Umum Perusahaan	27
3.7 Pengalaman Perusahaan	32
BAB IV PEMBAHASAN.....	33
4.1 Analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunities, Threats</i>).....	33
4.2 Analisis Bauran Pemasaran Produk	34
4.3 Upaya-upaya Meningkatkan Penjualan.....	36
4.4 Hambatan dalam Proses Meningkatkan Penjualan	37
BAB V PENUTUP	39
5.1 Kesimpulan	39
5.2 Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA	41

DAFTAR TABEL

TABEL

3.1. Tanah dan Bangunan.....	19
------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR

3.1. CV. Multikom Palembang	24
3.2 Struktur Organisasi	27
4.1 Produk McAfee	34
4.2 Promosi Melalui Media Sosial	35

ABSTRAK

GILANG RAMADHAN. Analisis Strategi Penjualan dalam Meningkatkan Penjualan Produk McAfee Pada CV. Multikom Palembang. (Dibawah Bimbingan Bapak Baidowi Abdhie, SE.M.P dan Bapak Herman Efrizal, SE.MM)

Antivirus adalah sebuah perangkat lunak yang digunakan untuk mengamankan , mendeteksi dan menghapus virus komputer dari sistem komputer. Antivirus disebut juga Virus Protection Software. Aplikasi ini dapat menentukan apakah sistem komputer telah terinfeksi virus atau tidak. Umumnya, perangkat lunak ini berjalan di latar belakang dan melakukan pemindaian terhadap semua berkas yang diakses. Saat ini proses globalisasi dan perkembangan dunia bisnis yang semakin cepat membuat perusahaan harus memiliki kemampuan beradaptasi dengan situasi dan kondisi. Untuk dapat bertahan dan berkembang dalam situasi seperti itu, Perusahaan perlu merumuskan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan bisnis yang ketat. Data penelitian ini penulis akan menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk McAfee pada CV Multikom Palembang.

Kata Kunci : CV. Multikom Palembang, Strategi Pemasaran

RIWAYAT HIDUP

Gilang Ramadhan, dilahirkan di Palembang pada tanggal 05 November 2003 dari Ayah Agus Purnomo dan Ibu Noviyanti. Anak kedua dari empat bersaudara.

Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2015 SD Negeri 32 Palembang, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2018 di SMP Tri Dharma Palembang dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Kejuruan pada tahun 2021 di SMK Tri Dharma Palembang. Pada tahun 2021 memasuki Fakultas Ekonomi Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, 14 September 2024

Gilang Ramadhan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Antivirus adalah sebuah perangkat lunak yang digunakan untuk mengamankan , mendeteksi dan menghapus virus komputer dari sistem komputer. Antivirus disebut juga *Virus Protection Software*. Aplikasi ini dapat menentukan apakah sistem komputer telah terinfeksi virus atau tidak. Umumnya, perangkat lunak ini berjalan di latar belakang dan melakukan pemindaian terhadap semua berkas yang diakses. Antivirus sekarang dilengkapi *firewall* untuk melindungi komputer dari serangan hacker dan anti spam untuk mencegah masuknya email sampah atau virus ke inbox pengguna (sumber: binusan.org).

Saat ini proses globalisasi dan perkembangan dunia bisnis yang semakin cepat membuat perusahaan harus memiliki kemampuan beradaptasi dengan situasi dan kondisi. Untuk dapat bertahan dan berkembang dalam situasi seperti itu, Perusahaan perlu merumuskan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan bisnis yang ketat (Diniaty dkk., 2019). Menurut Assauri dalam (Atmoko, 2018) setiap Perusahaan mempunyai tujuan untuk mengembangkan usahanya. Tujuan tersebut dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan pendapatan Perusahaan dengan cara meningkatkan penjualan produknya.

Permasalahan dalam penelitian ini terbatas pada pembahasan mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk antivirus McAfee pada CV. Multikom Palembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada CV. Multikom Palembang.

Berdasarkan hal-hal diatas penulis melakukan penelitian untuk laporan akhir dan memilih judul “Peranan Komunikasi Bisnis dalam Sistem Pemasaran Produk Printer Canon pada CV Multikom Palembang” karena seiring perkembangan zaman banyak pesaing dari merk lain yang ikut memenuhi pasar. Maka, penulis ingin tau bagaimana peranan komunikasi bisnis yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mencoba merumuskan dalam penelitian, "Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk McAfee pada CV Multikom Palembang?".

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk McAfee pada CV Multikom Palembang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

a. Bagi Mahasiswa

Sebagai sarana untuk menambah pengetahuan, wawasan dan pengalaman di dunia kerja di bidang pemasaran.

b. Bagi perusahaan

Salah satu cara bagaimana bisa menciptakan tenaga kerja yang profesional dan berintegritas supaya tidak ada lagi yang namanya pengangguran dan instansi juga bisa melihat tenaga kerja yang potensial dikalangan mahasiswa apabila suatu saat instansi membutuhkan pegawai bisa merekrut mahasiswa atau mahasiswi tersebut.

c. Bagi Perguruan Tinggi

Terciptanya hubungan kerja sama yang baik bagi kedua belah pihak.

1.4 Metode Penelitian

1.4.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di CV Multikom Palembang yang berlokasi di JL. Lingkarani No.22, 9 ilir, Kec.Iilir Timur II, Kota Palembang, Sumatera Selatan.

1.4.2 Sumber Data

a. Data Primer

Data primer ini merupakan data yang dikumpulkan dari lapangan dengan melakukan wawancara kepada karyawan pada bagian pemasaran yang mampu memberikan informasi yang dibutuhkan penulis.

b. Data Sekunder

Data ini merupakan data yang diperoleh dari internet, buku dan database perusahaan yang mengenai informasi terkait dengan penelitian.

1.4.3 Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian ini penulis akan menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman laporan akhir ini, akan disajikan sistematis penulisan sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan. Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Tinjauan Pustaka. Dalam Bab ini diuraikan teori-teori keilmuan, prinsip-prinsip, asumsi-asumsi yang mendasari permasalahan yang diamati.

BAB III : Gambaran umum Objek Penelitian. Disini akan disajikan data atau hasil penelitian yang menyangkut gambaran umum objek yang diteliti.

BAB IV : Pembahasan. Dalam Bab ini dikemukakan pembahasan atau analisa terhadap permasalahan penelitian dengan menggunakan teknik analisa.

BAB V : Kesimpulan dan Saran. Dalam bagian ini akan diuraikan ringkasan kesimpulan dari hasil penelitian atau pembahasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian tourism, Hospitality and Recreation*, 1 (2), 83-96.
- Dewi Diniaty, ismu kusumanto, Fitria roza, Fadhillah Dinatul Husna, Misra Hartati, Nofirza, (2019). Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Ikan Salai Patin pada Kelompok XYZ. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*. 6(1): 109-120.
- Hesanty, A. N. (2023, September 26). *Strategi pemasaran: Pengertian & contoh paling efektif*. Niagahoster Blog.
- Lutfi, E. (2024, March 20). *Analisis SWOT Perusahaan : Pengertian, strategi, manfaat*. Mekari Talenta.
- Nandy. (n.d.). *Marketing Mix: Pengertian, Asal-Usul, Konsep, Tujuan, Fungsi, dan Manfaatnya - Gramedia Literasi*. Gramedia Literasi.
- Nandy. (2023, August 23). *Strategi Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, dan Contohnya*. Gramedia Literasi.
- Paper work » Perkembangan antivirus*. (n.d.).
- Pegadaian, S. (2024, March 1). *12 Contoh Strategi Pemasaran Produk Praktis yang Bisa Dicoba*. Sahabat Pegadaian | Solusi Gadai Terbaik - Tips Menabung Emas - Inspirasi Investasi Terbaik.
- Team, I. (2024, July 26). *Marketing Strategy: what it is, how it works, and how to create one*. Investopedia.
- Tjiptono, F. (2018). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Ansi: Yogyakarta.