

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA PT ELODA MITRA CABANG
PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

**WINDA LASTARI
NPM 062230601203**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG**

2025

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA PT ELODA MITRA CABANG
PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**WINDA LASTARI
NPM 062230601203**

Menyetujui,

Palembang, 1 Agustus 2025

Pembimbing I,

Pembimbing II,

**Munparidi, S.E., M.Si.
NIP 196511251994031002**

**Frianka Anindea, S.E., M.M.
NIP 199209252022032007**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis**

**Koordinator Program Studi
DIII Administrasi Bisnis**

**Dr. Sari L. Z. Ridho, S.E., M.Ec., CHE.
NIP 197705212006042001**

**Dwi Riana, S.E., M.AB.
NIP 199010202022032010**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Winda Lastari

NPM : 062230601203

Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis

Mata Kuliah : Pengantar Bisnis

Judul Laporan Akhir : Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT Eloda Mitra Cabang Palembang

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak pihak yang berkepentingan.

Palembang, 1 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,



Winda Lastari

NPM 062230601203

LEMBAR PENGESAHAN

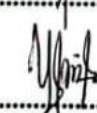
Nama : Winda Lastari
NPM : 062230601203
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Pengantar Bisnis
Judul Laporan Akhir : Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT Eloda Mitra Cabang Palembang

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
dan dinyatakan LULUS

Pada Hari: Jumat

Tanggal: 1 Agustus 2025

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Dwi Riana, S.E., M. AB Ketua Penguji		22 Juli 2025
2.	Munparidi, S.E., M.Si Anggota Penguji		17 Juli 2025
3.	Silvana Oktanisa, S.IP., M.Si Anggota Penguji		17 Juli 2025
4.	Yesita Astarina, S.E., M.Si Anggota Penguji		17 Juli 2025

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Do something today that your future self will thank you for (Sean Patrick)

Kupersembahkan kepada:

- **Kedua Orang Tua**
- **Saudara-saudara ku**
- **Sahabat-sahabat terbaik ku**
- **Teman-teman kelas 6 NB 2022**
- **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan nikmat-Nya yang telah memberikan banyak kesempatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir dengan baik dan tepat waktu.

Laporan akhir ini berjudul “Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT Eloda Mitra Cabang Palembang”, yang disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya. Laporan akhir ini membahas mengenai penerapan strategi bauran pemasaran yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*) dalam upaya meningkatkan penjualan pada PT Eloda Mitra Cabang Palembang.

Penulis menyadari bahwa laporan akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun untuk kesempurnaan laporan akhir ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan bimbingan selama proses penyusunan laporan ini. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan menjadi tambahan wawasan bagi pembaca.

Palembang,2025

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan laporan akhir ini, saya banyak sekali mendapat bantuan dalam menyelesaikan laporan praktik ini dengan baik. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Irawan, S.T., M.T, selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., CHE, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Bapak Andriansyah Bari, S.IP., M.AB, selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Dwi Riana, S.E., M.AB, selaku Ketua Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Bapak Munparidi, S.E., M.Si, selaku Pembimbing I yang telah bersedia memberikan waktu, pikiran, dan tenaga dalam membantu penulisan laporan ini.
6. Ibu Frianka Anindea, S.E., M.M, selaku Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan laporan ini.
7. Bapak Manajer Cabang PT Eloda Mitra Cabang Palembang yang telah yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di PT Eloda Mitra Cabang Palembang.
8. Karyawan PT Eloda Mitra Cabang Palembang yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian serta membantu dalam pengumpulan data yang dibutuhkan di PT Eloda Mitra Cabang Palembang.
9. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan ilmu dan bimbingan nya.
10. Ayah dan Ibu yang selalu memberikan dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik.
11. Teman-teman mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya teman-teman di kelas 6 NB Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberikan semangat.

Semoga laporan akhir ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, terutama bagi pengembangan ilmu pengetahuan, menjadi informasi yang berguna

bagi penelitian selanjutnya, serta memberikan wawasan bagi para pembaca yang tertarik pada topik ini.

Palembang,2025

Penulis

ABSTRAK

Laporan akhir ini berjudul “Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada PT Eloda Mitra Cabang Palembang”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis penerapan strategi bauran pemasaran produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*) dalam meningkatkan penjualan produk pada perusahaan. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan lima *keyinformant* yaitu manajer cabang, kepala pemasaran, admin penjualan, pelanggan, dan ahli. Sedangkan data sekunder diperoleh dari data penjualan PT Eloda Mitra Cabang Palembang tahun 2023 dan 2024. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan secara langsung ke perusahaan, riset lapangan dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, dan riset kepustakaan melalui sumber-sumber tertulis untuk mengumpulkan informasi dan data. Teknik analisis data yang digunakan adalah kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam strategi bauran pemasaran perusahaan yang dipadukan dengan analisis kuantitatif untuk menganalisis SWOT pada PT Eloda Mitra Cabang Palembang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bauran pemasaran yang diterapkan perusahaan sudah cukup efektif, namun masih perlu peningkatan. Berdasarkan hasil Matriks Internal-Eksternal, posisi PT Eloda Mitra Cabang Palembang berada pada kuadran I yaitu strategi tumbuh dan kembangkan. Penyusunan strategi dengan matriks SWOT menghasilkan 8 strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan. Strategi pemasaran yang tepat dapat membantu meningkatkan penjualan secara signifikan.

Kata kunci: Strategi, pemasaran, bauran pemasaran, penjualan, SWOT.

ABSTRACT

This final report is titled 'Marketing Mix Strategy in Increasing Sales at PT Eloda Mitra Palembang Branch'. The objective of this research is to understand and analyze the application of the marketing mix strategy consisting of product, price, place, and promotion in enhancing product sales at the company. The types of data used are primary and secondary data. Primary data is obtained through interviews with five key informants, namely the branch manager, marketing head, sales admin, customers, and experts. On the other hand, secondary data is obtained from sales data of PT Eloda Mitra Palembang Branch for the years 2023 and 2024. Data collection techniques are carried out through direct observation at the company, field research with data collection techniques through interviews, and literature research through written sources to gather information and data. The data analysis technique used is descriptive qualitative to deeply understand the marketing mix strategy of the company combined with quantitative analysis to analyze the SWOT at PT Eloda Mitra Branch Palembang. The research results indicate that the marketing mix strategy implemented by the company is quite effective, but still needs improvement. Based on the results of the Internal-External Matrix, the position of PT Eloda Mitra Branch Palembang is in quadrant I, which is the grow and develop strategy. The formulation of strategies using the SWOT matrix generates 8 strategies that can be applied by the company. The right marketing strategy can help significantly increase sales.

Keywords: Marketing, strategy, marketing mix, sales, SWOT.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	8
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Tujuan Penelitian	8
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Metode Penelitian	9
1.5.1 Pendekatan Penelitian.....	9
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	10
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	11
1.5.4 <i>Keyinformant</i>	12
1.5.5 Analisis Data	13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Strategi Pemasaran	15
2.1.1 Ruang Lingkup Strategi.....	15
2.1.2 Bauran Pemasaran	15
2.1.3 Ruang Lingkup Penjualan	20
2.1.4 Ruang Lingkup SWOT.....	21

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	22
3.2 Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan	23
3.2.1 Visi Perusahaan.....	23
3.2.2 Misi Perusahaan.....	23
3.2.3 Tujuan Perusahaan.....	23
3.3 Logo Perusahaan.....	24
3.4 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	25
3.4.1 Struktur Organisasi PT Eloda Mitra Cabang Palembang ...	25
3.4.2 Pembagian Tugas.....	25
3.5 Proses Pemasaran PT Eloda Mitra Cabang Palembang.....	27

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil dan Pembahasan Penelitian	29
4.1.1 Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran	30
4.1.2 Analisis Penerapan Strategi SWOT	43

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Harga Produk PT Eloda Mitra Cabang Palembang.....	5
Tabel 1.2 <i>Keyinformant</i> Dalam Penelitian	13
Tabel 4.1 Identifikasi Faktor Internal PT Eloda Mitra Cabang Palembang	46
Tabel 4.2 Identifikasi Faktor Eksternal PT Eloda Mitra Cabang Palembang	49
Tabel 4.3 Matriks IFE PT Eloda Mitra Cabang Palembang.....	50
Tabel 4.4 Matriks EFE PT Eloda Mitra Cabang Palembang.....	51
Tabel 4.5 Matriks Internal Eksternal PT Eloda Mitra Cabang Palembang	53
Tabel 4.6 Matriks SWOT PT Eloda Mitra Cabang Palembang	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Penjualan PT Eloda Mitra Cabang Palembang.....	4
Gambar 1.2 Produk PT Eloda Mitra	6
Gambar 3.1 Logo PT Eloda Mitra.....	24
Gambar 3.2 Struktur PT Eloda Mitra Cabang Palembang	25
Gambar 4.1 Media Sosial Instagram.....	32
Gambar 4.2 Media Sosial Instagram.....	33
Gambar 4.3 Media Sosial Instagram.....	35
Gambar 4.4 Potongan Harga	36
Gambar 4.5 <i>Top Brand Index</i> Sub Kategori Bakso Dalam Kemasan Siap Masak	38
Gambar 4.6 Hasil Persentase <i>Index</i> Sub Kategori Bakso Dalam Kemasan Siap Masak	39
Gambar 4.7 <i>Top Brand Index</i> Sub Sosis	40
Gambar 4.8 Hasil Persentase <i>Index</i> Sub Kategori Sosis	41

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan Pengambilan Data
- Lampiran 2 Surat Pengantar Izin Pengambilan Data
- Lampiran 3 Surat Izin Pengambilan Data
- Lampiran 4 Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 5 Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 6 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 7 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 8 Lembar Kunjungan Mahasiswa
- Lampiran 9 Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 10 Lembar Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 11 Lembar Tanda Persetujuan Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 12 Hasil Wawancara
- Lampiran 13 Contoh Daftar Kuesioner Wawancara
- Lampiran 14 Dokumentasi