



**ALTERNATIF PEMILIHAN STRATEGI PEMASARAN  
BERDASARKAN ANALISIS SWOT PADA  
PT. AMANAH BERSAMA UMMAT (ABUTOURS)  
CABANG SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

**Disusun oleh:  
Hariyadi Wicaksono  
1210412006**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
MARET 2017**

# **SKRIPSI**

## **ALTERNATIF PEMILIHAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN ANALISIS SWOT PADA PT. AMANAH BERSAMA UMMAT (ABUTOURS) CABANG SURABAYA**

**Disusun oleh:**

**Hariyadi Wicaksono**

**1210412006**

**Pembimbing**

Dosen Pembimbing Utama : Drs. M. Naely A, M.Si.

Dosen Pembimbing Pendamping : Maheni Ika Sari, SE, MM.

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hariyadi Wicaksono

NIM : 1210412006

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: ALTERNATIF PEMILIHAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN ANALISIS SWOT PADA PT. AMANAH BERSAMA UMMAT (ABUTOURS) CABANG SURABAYA; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggungjawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adannya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, Maret 2017

Yang menyatakan,

Hariyadi Wicaksono

NIM. 1210412006

## **PENGESAHAN**

Skripsi berjudul: ‘**ALTERNATIF PEMILIHAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN ANALISIS SWOT PADA PT. AMANAH BERSAMA UMMAT (ABUTOURS) CABANG SURABAYA**’, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : :

Tanggal : Maret 2107

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Drs. Ahmad Suharto, M.P

NPK. 89 06 242

Anggota 1,

Anggota 2,

Drs. M. Naely Azhad, M.Si

Maheni Ika Sari, SE. MM

NPK. 196612311993031006

NPK. 197708112005012000

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr. Arik Susbiyani, M.Si

Drs. Anwar, MSc

NPK. 01 09 289

NPK. 11 03 580

# **MOTTO**

**'JADILAH SEPERTI KARANG DI LAUTAN YANG KUAT  
DIHANTAM OMBAK DAN KERJAKANLAH HAL YANG  
BERMANFAAT UNTUK DIRI SENDIRI DAN ORANG LAIN,  
KARENA HIDUP HANYALAH SEKALI. INGAT HANYA PADA  
ALLAH APAPUN DAN DI MANAPUN KITA BERADA KEPADA  
DIA-LAH TEMPAT MEMINTA DAN MEMOHON'**

**'KESUKSESAN HANYA DAPAT DIRAIH DENGAN SEGALA  
UPAYA DAN USAHA YANG DISERTAI DENGAN DOA,  
KARENA SESUNGGUHNYA NASIB SESEORANG MANUSIA  
TIDAK AKAN BERUBAH DENGAN SENDIRINYA TANPA  
BERUSAHA'**

**"KEBANYAKAN DARI KITA TIDAK MENSYUKURI APA YANG  
SUDAH KITA MILIKI, TETAPI KITA SELALU MENYESALI APA  
YANG BELUM KITA CAPAI." (SCHOPENHAUER)**

## **KATA PENGANTAR**

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta kekuatan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

Skripsi dengan judul "**ALTERNATIF PEMILIHAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN ANALISIS SWOT PADA PT. AMANAH BERSAMA UMMAT (ABUTOURS) CABANG SURABAYA**" ini diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Jember.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat, sayang, dan terimakasih kepada keluarga penulis yang tak henti-hentinya mencerahkan kasih sayang, doa, dan dukungan baik moril maupun materiil kepada penulis selama ini. Dalam kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Arik Susbiyani, M.Si Selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Drs. M. Naely Azhad, M.Si dan Maheni Ika Sari, SE. MM selaku Dosen Pembimbing 1 dan 2 yang telah meluangkan waktunya, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Dosen-dosen pengajar di Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ilmu kepada penulis sebagai bekal di masa depan.
4. Para staf pengajaran yang telah melayani berbagai informasi dan teknis kepada penulis selama menempuh pendidikan di kampus Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Fitria Nur Azizah istri penulis tercinta yang telah memberikan dukungan dan kasih sayang kepada penulis serta merelakan waktunya untuk berbagi dengan rutinitas pekerjaan dan pendidikan penulis.
6. Fakhirah Aufia Mecca si pelita hati penulis yang selalu memberikan keceriaan dan semangat kepada penulis.

7. Ibu Wijiati dan Ibu Wijiana, kedua ibu yang telah memberikan semangat dan perhatian kepada penulis dalam penyelesaian pendidikan.
8. Bapak Dimas selaku Kepala Cabang PT. Amanah Bersama Ummat (ABUTOURS) Cabang Surabaya yang telah memberikan ijin kepada penulis dalam menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Jember.
9. Rekan-rekan kerja di PT. Tiga Serangkai cabang Surabaya yang turut serta dalam membantu dan memberikan semangat kepada penulis.
10. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah ikut memberikan kontribusi kepada penulis selama ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna karena berbagai keterbatasan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis menerima dengan lapang dada segala kritikan dan masukan yang membangun dari semua pihak guna penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya. Terimakasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Jember, Maret 2017

Penulis

Hariyadi Wicaksono

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR .....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
ABSTRACT .....	vii
ABSTRAK .....	viii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	3
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	4
BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori .....	5
2.1.1 Pengertian Strategi.....	5
2.1.2 Strategi Pemasaran .....	5
2.1.3 Strategi Bauran Pemasaran.....	6
2.1.4 Alternatif-alternatif Strategi .....	8
2.1.5 Perencanaan Strategi Pemasaran .....	9
2.1.6 Menentukan Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT.....	10
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	11
2.3 Kerangka Konseptual .....	13
BAB 3 : METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian .....	16
3.2 Identifikasi Variabel .....	16
3.3 Definisi Operasional Variabel .....	16
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	17
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	18
3.6 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel .....	18
3.7 Metode Analisis Data .....	19
3.7.1 Mengklasifikasi Faktor Strategis Perusahaan.....	19
3.7.2 Penentuan Posisi Perusahaan.....	19
3.7.3 Menentukan Alternatif Strategi Pemasaran Perusahaan.....	22
3.4.4 Penentuan Strategi Pemasaran Perusahaan.....	23
BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	24
4.1.1 Sejarah Singkat PT. Amanah Bersama Ummat cabang Surabaya .....	24
4.1.2 Kondisi Perusahaan .....	25

4.1.3 Visi & Misi .....	26
4.1.4 Bidang Usaha.....	26
4.1.5 Tujuan Perusahaan.....	26
4.1.5.1 Tujuan Jangka Pendek .....	26
4.1.5.2 Tujuan Jangka Panjang.....	27
4.1.6 Struktur Organisasi Perusahaan.....	27
4.2 Hasil Analisis dan Pembahasan.....	30
4.2.1 Mengidentifikasi Faktor Perusahaan .....	30
4.2.1.1 Faktor Internal .....	30
4.2.1.2 Faktor Eksternal .....	32
4.2.1.2.1 Analisis Lingkungan Makro .....	32
4.2.1.2.2 Analisis Lingkungan Mikro.....	33
4.2.2 Menentukan Matrik IFAS dan EFAS .....	35
4.3 Penentuan Posisi Perusahaan.....	42
4.4 Penentuan Alternatif Strategi Pemasaran Perusahaan .....	44
4.5 Penentuan Strategi Pemasaran.....	46
 BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Keterbatasan Peneliti .....	48
5.3 Saran .....	48
 DAFTAR PUSTAKA .....	50
LAMPIRAN	

## **DAFTAR GAMBAR**

No	Judul Gambar.....	Halaman
	Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian .....	14
	Gambar 3.1 Diagram Analisis SWOT .....	23
	Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Amana Bersama Ummat cabang Surabaya .	30
	Gambar 4.2 Posisi SWOT Perusahaan PT. Amanah Bersama Ummat cabang Surabaya .....	45

## **DAFTAR TABEL**

No	Judul Tabel .....	Halaman
	Tabel 1.1 Perbandingan PT. Abutours dengan 3 pesaing terdekat .....	2
	Tabel 2.1 Analisis Penelitian Sebelumnya .....	12
	Tabel 3.1 IFAS .....	20
	Tabel 3.2 EFAS .....	20
	Tabel 4.1 Data per tahun pemberangkatan haji dan umroh ABUTOURS cabang Surabaya .....	27
	Tabel 4.2 Penentuan Nilai Bobot IFAS.....	38
	Tabel 4.3 Penentuan Nilai Bobot EFAS .....	38
	Tabel 4.4 Matriks IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Summary</i> ) .....	42
	Tabel 4.5 Matriks IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Summary</i> ) .....	43

# LAMPIRAN

## **Lampiran 1**

### **KUESIONER**

#### I. Kuesioner Untuk Internal Perusahaan

##### Karakteristik Responden

No. Responden : (diisi oleh peneliti)

Nama : .....

Jenis Kelamin : .....

Usia : .....

IFAS	BOBOT			
	Sgt Tdk PENTING	TIDAK PENTING	PENTING	SANGAT PENTING
<b>Kekuatan (strength)</b>				
1) Harga atau biaya Haji dan Umroh yang murah dan bersaing, mempunyai slogan (Umroh Murah, Ya Abutours)				
2) Lokasi PT. Amanah Bersama Ummat (ABUTOURS) Surabaya yang strategis.				
3) Karyawan dengan SDM yang memadai.				
4) Memiliki peralatan dan fasilitas yang memadai				
<b>Kelemahan (weaknes)</b>				
1) Cabang Abutours di Surabaya yang terhitung pemain baru, yaitu masih berumur 3 tahun.				
2) Pelayanan yang harus terus ditingkatkan.				
3) Belum mempunyai konsumen yang loyal, khususnya di kota Surabaya				

## Lampiran 2

### KUESIONER

#### I. Kuesioner Untuk Eksternal Perusahaan

##### Karakteristik Responden

No. Responden : (diisi oleh peneliti)

Nama : .....

Jenis Kelamin : .....

Pekerjaan : .....

EFAS	BOBOT			
	Sgt Tdk PENTING	TIDAK PENTING	PENTING	SANGAT PENTING
<b>Peluang (opportunity)</b>				
1) Jumlah peminat untuk berangkat Haji dan Umroh akan terus meningkat				
3) Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia				
<b>Ancaman (threat)</b>				
1) Adanya pesaing dengan usaha sejenis dan harga atau promosi sama				
2) Pesaing yang telah lama berdiri dan mempunyai konsumen loyal				
2) Regulasi pemerintah Arab Saudi mengenai kuota jama'ah Haji&Umroh yang fluktuatif				

**Lampiran 3**  
**Kuesioner Untuk Internal Perusahaan**

**Kuisisioner Penelitian**  
**ALTERNATIF PEMILIHAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN**  
**ANALISIS SWOT PADA**  
**PT. AMANAH BERSAMA UMMAT (ABUTOURS)**

Kepada  
Saudara Karyawan  
Biro Perjalanan Haji dan Umroh PT. Amanah Bersama Ummat (ABUTOURS)  
Cabang Surabaya  
di tempat

Dengan hormat,

Kuisisioner ini ditujukan untuk membantu pengumpulan data penelitian guna penyusunan skripsi yang merupakan salah satu syarat bagi saya sebagai mahasiswa Jurusan Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember untuk memperoleh gelar sarjana.

Saya mohon dengan rendah hati kesediaan saudara untuk meluangkan waktu mengisi kuisisioner ini apa adanya sesuai dengan situasi dan kondisi yang saudara alami.

Atas ketersediaan dan kerjasama bapak/ibu, saya mengucapkan banyak terima kasih.

Hormat Saya,

Hariyadi Wicaksono  
1210412006

## **Lampiran 4**

### **Kuesioner Untuk Eksternal Perusahaan**

#### **Kuisisioner Penelitian**

#### **ALTERNATIF PEMILIHAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN ANALISIS SWOT PADA PT. AMANAH BERSAMA UMMAT (ABUTOURS)**

Kepada

Saudara Konsumen

Biro Perjalanan Haji dan Umroh PT. Amanah Bersama Ummat (ABUTOURS)

Cabang Surabaya

di tempat

Dengan hormat,

Kuisisioner ini ditujukan untuk membantu pengumpulan data penelitian guna penyusunan skripsi yang merupakan salah satu syarat bagi saya sebagai mahasiswa Jurusan Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember untuk memperoleh gelar sarjana.

Saya mohon dengan rendah hati kesediaan saudara untuk meluangkan waktu mengisi kuisisioner ini apa adanya sesuai dengan situasi dan kondisi yang saudara alami.

Atas ketersediaan dan kerjasama bapak/ibu, saya mengucapkan banyak terima kasih.

Hormat Saya,

Hariyadi Wicaksono

1210412006

## Lampiran 5

Tabel Tabulasi Data Hasil Kuesioner Internal Perusahaan

Responden	Kekuatan( <i>Strength</i> )				Kelemahan( <i>Weakness</i> )		
	S1	S2	S3	S4	W1	W2	W3
1	3	3	3	3	3	3	3
2	3	2	3	3	3	3	2
3	3	4	3	3	3	3	3
4	3	3	4	4	4	4	3
5	4	4	3	4	4	3	4
6	4	3	4	4	3	4	3
7	4	4	3	4	3	3	4
8	3	3	4	4	4	4	3
9	4	4	3	4	4	4	4
10	4	3	4	3	3	3	4
11	4	4	3	3	3	3	3
12	4	3	4	4	4	4	3
<b>Total</b>	43	40	41	43	41	41	39
<b>Kategori</b>	4	3	3	4	3	3	3

## Lampiran 6

Tabel Tabulasi Data Hasil Kuesioner Internal Perusahaan

Responden	Peluang( <i>Opportunity</i> )		Ancaman( <i>Threat</i> )		
	P1	P2	T1	T2	T3
1	3	3	3	2	3
2	3	3	2	3	3
3	4	4	4	3	4
4	4	3	3	2	3
5	4	3	3	3	3
6	4	4	3	2	4
7	3	4	2	2	4
8	4	3	3	3	4
9	4	4	4	3	3
10	3	4	4	2	4
11	3	4	4	2	4
12	4	3	3	3	3
13	4	3	3	2	4
14	4	3	3	2	4
15	4	3	3	3	4
16	3	4	4	3	3
17	4	4	2	3	3
18	3	4	4	2	4
19	4	3	3	2	4
20	4	3	3	3	4
21	4	3	3	2	4
22	4	4	3	2	4
23	4	3	3	3	4
<b>Total</b>	85	79	72	57	84
<b>Kategori</b>	4	3	3	2	4

**Lampiran 7**

<b>Statistics</b>					
		<b>S1</b>	<b>S2</b>	<b>S3</b>	<b>S4</b>
N	Valid	12	12	12	12
		0	0	0	0
Missing		4	3	3	4
Maximum					

<b>S1</b>					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid 2.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
3.00	5.00	41.67	41.67	41.67	
4.00	7.00	58.33	58.33	100.00	
Total	12.00	100.00	100.00		
<b>S2</b>					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid 2.00	1.00	8.33	8.33	8.33	
3.00	6.00	50.00	50.00	58.33	
4.00	5.00	41.67	41.67	100.00	
Total	12.00	100.00	100.00		
<b>S3</b>					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid 2.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
3.00	7.00	58.33	58.33	58.33	
4.00	5.00	41.67	41.67	100.00	
Total	12.00	100.00	100.00		
<b>S4</b>					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid 2.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
3.00	5.00	41.67	41.67	41.67	
4.00	7.00	58.33	58.33	100.00	
Total	12.00	100.00	100.00		

Statistics				
		W1	W2	W3
N	Valid	12	12	12
		0	0	0
Missing		3	3	3
Maximum				

W1				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	0.00	0.00	0.00
	3.00	7.00	58.33	58.33
	4.00	5.00	41.67	100.00
Total	12.00	100.00	100.00	
W2				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	0.00	0.00	0.00
	3.00	7.00	58.33	58.33
	4.00	5.00	41.67	100.00
Total	12.00	100.00	100.00	
W3				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	0.00	0.00	0.00
	3.00	7.00	58.33	58.33
	4.00	5.00	41.67	100.00
Total	12.00	100.00	100.00	
W2				

**Lampiran 8**

<b>Statistics</b>			
		<b>O1</b>	<b>O3</b>
N	Valid	23	23
		0	0
Missing		4	3
Maximum			

<b>O1</b>				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	0.00	0.00	0.00
	3.00	7.00	30.43	30.43
	4.00	16.00	69.57	100.00
Total	23.00	100.00	100.00	
<b>O3</b>				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	0.00	0.00	0.00
	3.00	13.00	56.52	56.52
	4.00	10.00	43.48	100.00
Total	23.00	100.00	100.00	

		Statistics		
		T1	T2	T3
N	Valid	23	23	23
		0	0	0
Missing		3	4	2
Maximum				

T1				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	2.00	8.70	37.81	8.70
3.00	15.00	65.22	65.22	73.91
4.00	6.00	26.09	26.09	100.00
Total	23.00	100.00	100.00	
T2				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	12.00	52.17	226.84	52.17
3.00	11.00	47.83	47.83	100.00
4.00	0.00	0.00	0.00	100.00
Total	23.00	100.00	100.00	
T#				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	12.00	52.17	226.84	52.17
3.00	11.00	47.83	47.83	100.00
4.00	0.00	0.00	0.00	100.00
Total	23.00	100.00	100.00	