

**STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN SWOT PADA
USAHA KOPI BEDHAG JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu
Syarat Untuk Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) Dan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER 2022**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yusril Andy Wibi Pranata
NIM : 18.1041.1024

y
U
d
d
b
s
i

d
d
y



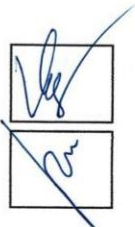
**STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN SWOT PADA USAHA
KOPI BEDHAG JEMBER**

SKRIPSI



Dosen Pendamping Utama : Dr. Ir. Budi Eko Satoto., M.MT

Dosen Pembimbing Pendamping : Dr. Haris Hermawan, MM



PENGESAHAN

Skripsi berjudul; **STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN SWOT PADA USAHA KOPI BEDHAG JEMBER**, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:


Nama : Yusril Andy Wibi Pranata

1
1
1
1

1
1




Maheni Ika Sari, SE., MM
NIP. 19770811 2005 01 2001


Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM
NPK. 1986051411703796

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ”

STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN SWOT PADA USAHA KOPI BEDHAG JEMBER.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Maheni Ika Sari, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- b. Achmad Hasan Haidzi, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- c. Dr. Ir. Dudi Eko Satoto, M.M, selaku dosen pembimbing I dan Paris Hermawan, S.Pd, M, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, petunjuk dan penugasan hingga tersusunnya skripsi ini.
- d. Achmad Hasan Haidzi, SE, MM, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
- e. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
- f. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan dan perhatiannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
- g. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
- h. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2018 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
- i. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bias memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, 2022

Penyusun

Yusril Andy Vibi Pranata



MOTTO

“ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Asy Syarh : 5)

“Waktu bagaikan pedang, jika engkau tidak memanfaatkannya dengan baik (untuk memotong), maka ia akan memanfaatkanmu (potong). (HR. Muslim)

“Berdealah kepada Allah, pastilah Allah akan menolongmu”

(QS. Al Mukmin :60)

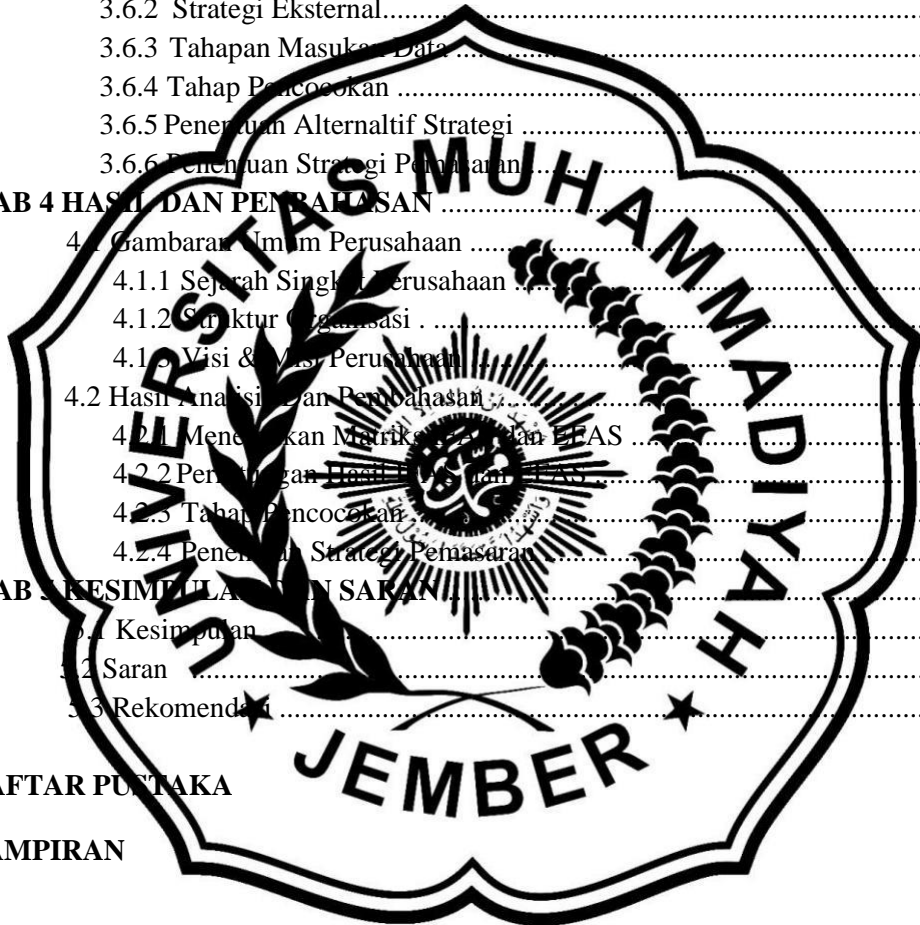
“Marga itu dibayar dengan kaki ibrahim”



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.2 Strategi pemasaran.....	10
2.1.3 Pengertian strategi.....	10
2.1.4 Alternatif Strategi.....	12
2.1.5 Pemilihan Strategi.....	13
2.1.6 Langkah Penerapan Strategi.....	13
2.1.7 Pengembangan Strategi Pemasaran.....	14
2.1.8 Pengertian Volume.....	15
2.1.9 Marketing Mix.....	15
2.2 Analisis SWOT.....	18
2.2.1 Analisis Lingkungan Perusahaan.....	19
2.2.2 Analisis Lingkungan Internal.....	20
2.2.3 Analisis Lingkungan Eksternal.....	21
2.2.4 Penentuan Posisi Perusahaan.....	22
2.3 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	23
2.4 Kerangka Konseptual.....	31
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	33

3.1 Jenis dan pendekatan Penelitian	33
3.2 Definisi Operasional Variabel	34
3.3 Jenis dan Sumber Data	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35
3.5 Unit Analisis	35
3.6 Analisis Data	36
3.6.1 Strategi Internal	36
3.6.2 Strategi Eksternal.....	37
3.6.3 Tahapan Masukan Data	38
3.6.4 Tahap Pencocokan	38
3.6.5 Penentuan Alternatif Strategi	39
3.6.6 Penentuan Strategi Pemasaran	40
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	41
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	41
4.1.2 Struktur Organisasi	42
4.1.3 Visi & Misi Perusahaan	43
4.2 Hasil Analisis dan Pembahasan	43
4.2.1 Menganalisis Matriks SWOT dan EFAS	43
4.2.2 Perbandingan Hasil Matriks SWOT dan EFAS	45
4.2.3 Tahap Pencocokan	46
4.2.4 Penentuan Strategi Pemasaran	49
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran	52
5.3 Rekomendasi	53
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1:	Data Pesaing Kopi Bedhag.....	3
Tabel 2.1:	Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1:	Matrik SWOT	39
Tabel 4.1:	Penentuan Nilai Bobot IFAS	44
Tabel 4.2:	Penentuan Nilai Bobot EFAS	45
Tabel 4.3:	IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>).....	46
Tabel 4.4:	EFAS (<i>Ekternal Factor Analysis Summary</i>).....	46
Tabel 4.5:	Matrik SWOT	48



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1:	Diagram analisis SWOT	22
Gambar 2.2:	Kerangka Konsep Penelitian	31
Gambar 3.1:	Diagram Analisis SWOT	39
Gambar 4.1:	Struktur Organisasi UD. Mentari Jaya	42
Gambar 4.2:	Diagram SWOT UD. Mentari Jaya	47



DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1: Pengantar Kuesioner
- LAMPIRAN 2: Kuesioner Penelitian
- LAMPIRAN 3: Tabulasi Data Kuesioner
- LAMPIRAN 4: Hasil Tabulasi Data Kuesioner
- LAMPIRAN 5: Dokumentasi Penelitian

