

**PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN PADA HOME INDUSTRI  
DENGAN METODE ANALISIS SWOT  
(STUDI KASUS PADA BINA USAHA MANDIRI)**

**SKRIPSI**

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



**Oleh :**

**Fairuz Zabidin  
NIM. 1510411204**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2019**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fairuz Zabidin

NIM : 1510411204

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : Perumusan Strategi Pemasaran Pada Home Industri Dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Pada Bina Usaha Mandiri); 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 bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

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

Jember, 22 Oktober 2019

Yang menyatakan,



Fairuz Zabidin  
NIM. 15.10.411.204

**PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN PADA HOME INDUSTRI  
DENGAN METODE ANALISIS SWOT  
(STUDI KASUS PADA BINA USAHA MANDIRI)**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**Fairuz Zabidin  
NIM. 1510411204**

**Pembimbing:**

**Dosen Pendamping Utama : Feti Fatimah, SE, MM**

**Dosen Pembimbing Pendamping : Yohanes GW, SE, MM**

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Perumusan Strategi Pemasaran Pada Home Industri Dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Pada Bina Usaha Mandiri) , telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

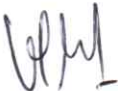
Nama : Fairuz Zabidin  
NIM : 1510411204  
Hari : Selasa  
Tanggal : 10 Oktober 2019  
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



Dr. Nurul Qomariyah, MM  
NPK 06 034 26

Anggota 1,



Feti Fatimah, SE. MM  
NPK 07 09 622

Anggota 2,



Yohanes Gw, SE. MM  
NPK 1509653

Mengesahkan:

Ketua Jurusan,



Haris Hermawan, SE., MM  
NPK 15 03 640



Dr. Atik Sasbiyanti, SE, M.Si  
NPK 01 09 289

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah Subhanahu wata'ala yang telah memberikan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan segala proses yang amat patut di syukuri. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, saran, doa, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember Dr. Arik Susbiyani, SE., M.Si yang telah memberikan izin bagi penulis untuk melaksanakan penelitian.
2. Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember Bapak Haris Hermawan, SE., MM yang telah membantu kelancaran penyusunan skripsi ini.
3. Dosen Penguji Skripsi Dr. Nurul Qomariyah,MM yang selalu memberikan saran.
4. Dosen Pembimbing Utama Skripsi Feti Fatimah,SE.MM yang telah memberikan bimbingan dan motivasi selama menyelesaikan skripsi ini.
5. Dosen Pembimbing Pendamping Bapak Yohanes Gw, SE, MM yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan koreksi terhadap hasil penelitian saya.
6. Terimakasih untuk seluruh Dosen dan seluruh staf atau karyawan Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas Ekonomi.

Jember, 22 Oktober 2019

Penyusun

Fairuz Zabidin  
NIM. 15.1041.1204

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasihNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan lancar dan baik. Penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Allah SWT dan Baginda Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi suri tauladan bagi saya dan telah memberikan rahmat serta hidayah berupa kemudahan sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
2. Orang tua tercinta ibu Susiana dan Bapak Chotip yang telah melahirkan dan membesarkan saya dengan penuh kasih sayang tanpa pamrih. Terimakasih untuk cinta, kasih sayang, perhatian, do'a dan semua yang telah diberikan kepada saya. Beliau adalah motivator terhebat dalam hidup saya, beliau juga inspirasi terbesar dalam hidup saya, beliau pula kekuatan saya dalam mengerjakan Skripsi ini.
3. Kepada kakak saya Fifi Efendi, kakak ipar dan semua keluarga saya terimakasih untuk doa, kebaikan, kebersamaan, serta dukungan yang telah kalian berikan.
4. Dosen Pembimbing Skripsi saya Feti Fatimah, SE.MM dan juga Yohanes Gw, SE.MM dan penguji saya Dr. Nurul Qomariyah, MM. Terimakasih untuk support serta kesabaran dalam membimbing saya di skripsi ini.
5. Sahabat-sahabat terbaik saya "Arek Gendeng", "Asrama Kos Santri Gatot", "Putera Daerah" dan juga "Bengkel Jazjuz". Terimakasih untuk cinta, dukungan serta sumbangan pemikiran dalam menulis skripsi ini. Saya akan selalu merindukan kalian.
6. Partner terbaik (Indah Permata Sari) dalam suka dan duka, yang selalu mendukung dan menyupport saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman saya yang senantiasa mendukung dan mendoakan saya
8. Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Jember

## **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)

“Berdoalah kepada ku pastilah aku kabulkan untukmu”

(QS. Al Mukmin :60)

“Surga itu dibawah telapak kaki ibu”

(HR. Ahmad)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dan berdaya saing dengan terlebih dahulu mengidentifikasi, menilai faktor-faktor internal perusahaan dan eksternal lingkungan yang mempengaruhi perusahaan tersebut. Hal ini dilakukan dengan menggunakan metode Analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Oppurtunity, Threat*). Analisis SWOT adalah analisis yang digunakan untuk mengevaluasi peluang dan ancaman dilingkungan bisnis maupun kekuatan serta kelemahan yang dimiliki internal perusahaan. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memperoleh sampel, dengan jumlah sampel yang diambil. Populasi dalam penelitian ini seluruh karyawan pada Bina Usaha Mandiri Jember dan masyarakat yang pernah menjadi konsumen Bina Usaha Mandiri Jember, pengumpulan data menggunakan kuisioner. Hasil penelitian yang diperoleh bahwa pemilihan strategi pemasaran yang tepat pada Bina Usaha Mandiri Jember adalah meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan kualitas pelayanan jasa, melakukan promosi yang efektif dan tepat sasaran, dan mengembangkan kualitas sumber daya manusia.

**Kata kunci:** Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman



## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the right marketing strategy and competitive by first identifying, assessing internal factors and external environment affecting the company. This is done by using the method of SWOT analysis (Strength, Weakness, Oppurtunity, Threat). SWOT Analysis is the analysis used to evaluate business opportunities and threats in the environment as well as strengths and weaknesses internal company owned. This study uses purposive sampling technique to obtain the sample, the number of samples taken. The population in this study all employees on the Bina Usaha Mandiri Jember company and people who ever consumption product of Bina Usaha Mandiri Jember, collecting data using questionnaires. The results obtained that the selection of an appropriate marketing strategy on the company's Bina Usaha Mandiri Jember is to increase market share, improve service quality, promoting the effective and appropriate, and develop the quality of human resources.*

**Key words:** *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vii
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1 Landasan Teori .....	6
2.1.1 Konsep Pemasaran .....	6
2.1.2 Konsep strategi .....	7
2.1.3 Alternatif Strategi .....	8
2.1.4 Pemilihan Strategi .....	9
2.1.5 Analisis SWOT .....	10
2.1.6 Strategi Pemasaran .....	11
2.1.7 <i>Marketing Mix</i> .....	11
2.1.8 Tahapan Strategi Pemasaran .....	14
2.1.9 Pengembangan Strategi Pemasaran .....	14
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	16
2.3 Kerangka Konseptual .....	17
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>20</b>
3.1 Jenis dan pendekatan Penelitian .....	20
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	21
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	21
3.4 Populasi .....	21

3.5 Informan Penelitian.....	22
3.6 Teknik Analisis Data .....	22
<b>BAB 4 HASIL DAN PENBAHASAN .....</b>	<b>25</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	25
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	25
4.1.2 Struktur Organisasi .....	25
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan .....	26
4.2 Hasil Analisis Dan Pembahasan .....	26
4.2.1 Menentukan Matriks IFAS dan EFAS .....	26
4.2.2 Perhitungan Hasil IFAS dan EFAS .....	28
4.2.3 Penentuan Matrik SWOT.....	29
4.2.4 Penentuan Strategi Pemasaran .....	33
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>35</b>
5.1 Kesimpulan .....	35
5.2 Saran .....	35
5.3 Rekomendasi .....	36
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>37</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1:	Omset Penjualan Bina Usaha Mandiri	4
Tabel 1.2:	Daftar Kompetitor Bina Usaha Mandiri	5
Tabel 2.1:	Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1:	IFAS .....	22
Tabel 3.2:	EFAS .....	23
Tabel 4.1:	Penentuan Nilai Bobot IFAS .....	27
Tabel 4.2:	Penentuan Nilai Bobot EFAS .....	27
Tabel 4.3:	IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Summary</i> ) .....	28
Tabel 4.4:	EFAS ( <i>Ekternal Factor Analysis Summary</i> ) .....	29
Tabel 4.5:	Matrik SWOT .....	31

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1:	Kerangka Konsep Penelitian .....	18
Gambar 3.1:	Diagram Analisis SWOT .....	24
Gambar 4.1:	Struktur Organisasi Bina Usaha Mandiri Jember.....	25
Gambar 4.2:	Diagram SWOT Bina Usaha Mandiri Jember 2019...	30

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1:	Pengantar Kuesioner
LAMPIRAN 2:	Kuesioner Penelitian
LAMPIRAN 3:	Dokumentasi Penelitian
LAMPIRAN 4:	Surat Izin Penelitian