

SKRIPSI

**Penggunaan Metode *SWOT* Untuk Merancang Strategi Pemasaran
Pedagang Miniatur Perahu Layar Yang Menempati Kios Di Objek
Wisata Pasir Putih
(Studi Kasus Pada UD. Karya Jaya)**

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



Oleh :

**Dimas Fendra Setiawan
NIM. 1510411113**

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

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dimas Fendra Setiawan

NIM : 1510411113

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : Penggunaan metode *swot* untuk merancang strategi pemasaran pedagang miniatur perahu layar yang menempati kios di objek wisata pasir putih (Studi Kasus Pada UD. Karya Jaya) 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, 08 Oktober 2019

Yang menyatakan,




Dimas Fendra Setiawan
NIM. 15.10.411.113


PENGESAHAN


Skripsi berjudul; Penggunaan Metode *Swot* Untuk Merancang Strategi Pemasaran Pedagang Miniatur Perahu Layar Yang Menempati Kios Di Objek Wisata Pasir Putih (Studi Kasus Pada UD. Karya Jaya) , telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Dimas Fendra Setiawan
NIM : 1510411113
Hari :
Tanggal :
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,


Drs. M. Naely Azhad, M.Si
NIP 196612311993031006

Anggota 1,

Drs. Akhmad Suharto, MP
NPK 8906242


Anggota 2,

Ahmad Izzuddin, SE,MM
NPK 1990100711605780


Dekan

Dr. Atik/Susbiyanti, SE, M.Si
NPK 01 09 289

Mengesahkan:

Ketua Jurusan,


Haris Hermawan, SE., MM
NPK 15 03 640

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 " Penggunaan Metode *Swot* Untuk Merancang Strategi Pemasaran Pedagang Miniatur Perahu Layar Yang Menempati Kios Di Objek Wisata Pasir Putih (Studi Kasus Pada UD. Karya Jaya)".

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. Dr. Arik Susbiyani. SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- b. Haris Hermawan. SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- c. Drs. Akhmad Suharto, MP selaku dosen pembimbing I dan Ahmad Izzuddin, SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- d. M.Naely Azhad 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 segenap ilmunya 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 2015 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, Oktober 2019
Penyusun

Dimas Fendra Setiawan



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	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2 Konsep Pemasaran	8
2.1.3 Manajemen Pemasaran Jasa	9
2.1.4 Manajemen Strategi.....	10
2.1.5 Definisi Manajemen Strategi	11
2.1.6 Tahapan Strategi Pemasaran	12
2.1.7 Strategi Bauran Pemasaran.....	13
2.1.8 Strategi STP	14
2.1.9 Analisa SWOT	16
2.1.10 Model SWOT	17
2.1.11 Penentuan Strategi Internal dan Strategi Eksternal.....	18
2.1.12 Strategi Eksternal	19
2.1.13 Tahap Pencocokan	21
2.1.14 Matrik SWOT.....	21
2.1.15 Tahapan Keputusan.....	21
2.2 Penelitan Terdahulu.....	21

2.3 Kerangka Konseptual	25
BAB 3 METODE PENELITIAN	27
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	27
3.2 Sumber Data Penelitian	27
3.3 Unit Analisis	28
3.4 Fokus Penelitian	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data	29
3.6 Lokasi dan waktu Penelitian	29
3.7 Pengujian Keabsahan Data.....	29
3.8 Analisis Data.....	30
BAB 4 HASIL DAN PENBAHASAN	35
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.1.1 Sejarah Singkat UD. Karya Jaya	35
4.1.2 Struktur Organisasi	35
4.1.3 Visi dan Misi UD. Karya Jaya	36
4.2 Hasil Analisis Dan Pembahasan	36
4.2.1 Menentukan Matriks IFAS dan EFAS	36
4.2.2 Perhitungan Hasil IFAS dan EFAS	38
4.2.3 Penentuan Matrik SWOT.....	39
4.2.4 Penentuan Strategi Pemasaran	43
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	45
5.1 Kesimpulan	45
5.2 Saran	45
5.3 Rekomendasi	46
DAFTAR PUSTAKA	47

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1:	Data Stock Barang	4
Tabel 1.2:	Hasil penjualan	5
Tabel 2.1:	Contoh IFAS	19
Tabel 2.2:	Contoh EFAS	20
Tabel 2.3:	Matrik EFAS dan IFAS.....	21
Tabel 2.4:	Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1:	Responden Internal.....	28
Tabel 3.2:	Responden Eksternal.....	28
Tabel 3.3:	Matrik SWOT	33
Tabel 4.1	Penentuan Nilai Bobot IFAS	37
Tabel 4.2	Penentuan Nilai Bobot EFAS.....	37
Tabel 4.3	Tabel IFAS	38
Tabel 4.4	Tabel EFAS	39
Tabel 4.5	Matrik <i>SWOT</i>	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2:	Gambar <i>Marketing Mix</i>	13
Gambar 2.1:	Kerangka Konsep Penelitian	25
Gambar 3.1:	Matrik Internal dan Eksternal	32
Gambar 4.1:	Struktur Organisasi UD. Karya Jaya.....	35
Gambar 4.2:	Diagram SWOT UD. Karya Jaya 2019.....	41

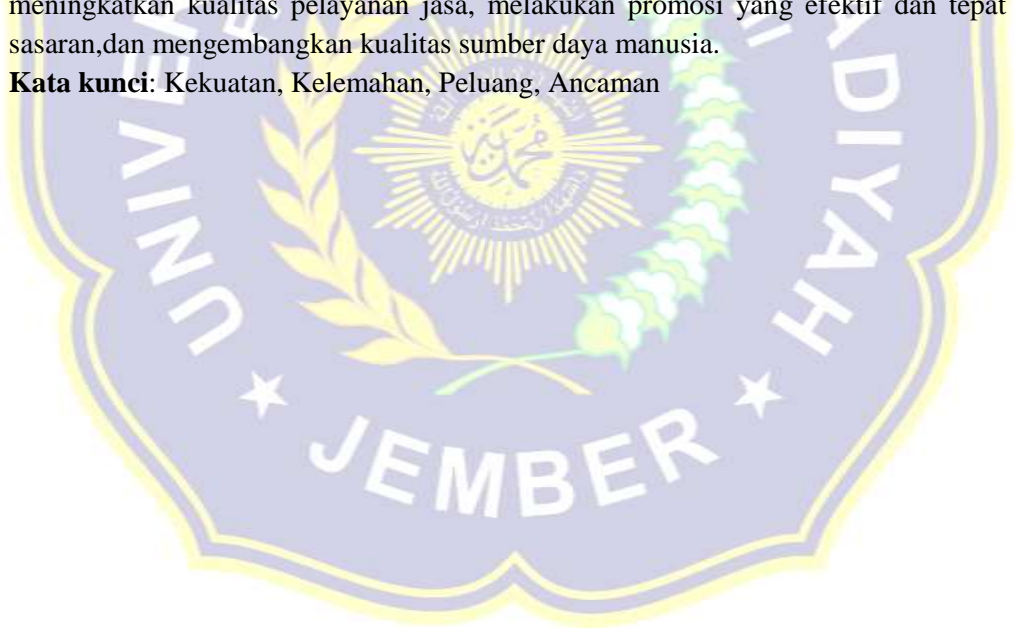
DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1:	Pengantar Kuesioner
LAMPIRAN 2:	Kuesioner Penelitian
LAMPIRAN 3:	Data Kuesioner Penelitian
LAMPIRAN 4:	Dokumentasi Penelitian

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 UD. Karya Jaya dan para wisatawan yang pernah menjadi konsumen UD. Karya Jaya, pengumpulan data menggunakan kuisioner. Hasil penelitian yang diperoleh bahwa pemilihan strategi pemasaran yang tepat pada UD. Karya Jaya 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 UD. Karya Jaya company and tourism people who ever consumption product of UD. Karya Jaya, collecting data using questionnaires. The results obtained that the selection of an appropriate marketing strategy on the company's UD. Karya Jaya 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*

