

**Analisis Strategi Pemasaran Pada Bakso Pasrujambe  
Lumajang Dengan Metode Analisis SWOT**

**SKRIPSI**

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



**Oleh :**

**Eka Yesi Maifarah  
NIM. 1510411068**

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

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eka Yesi Maifarah

NIM : 1510411068

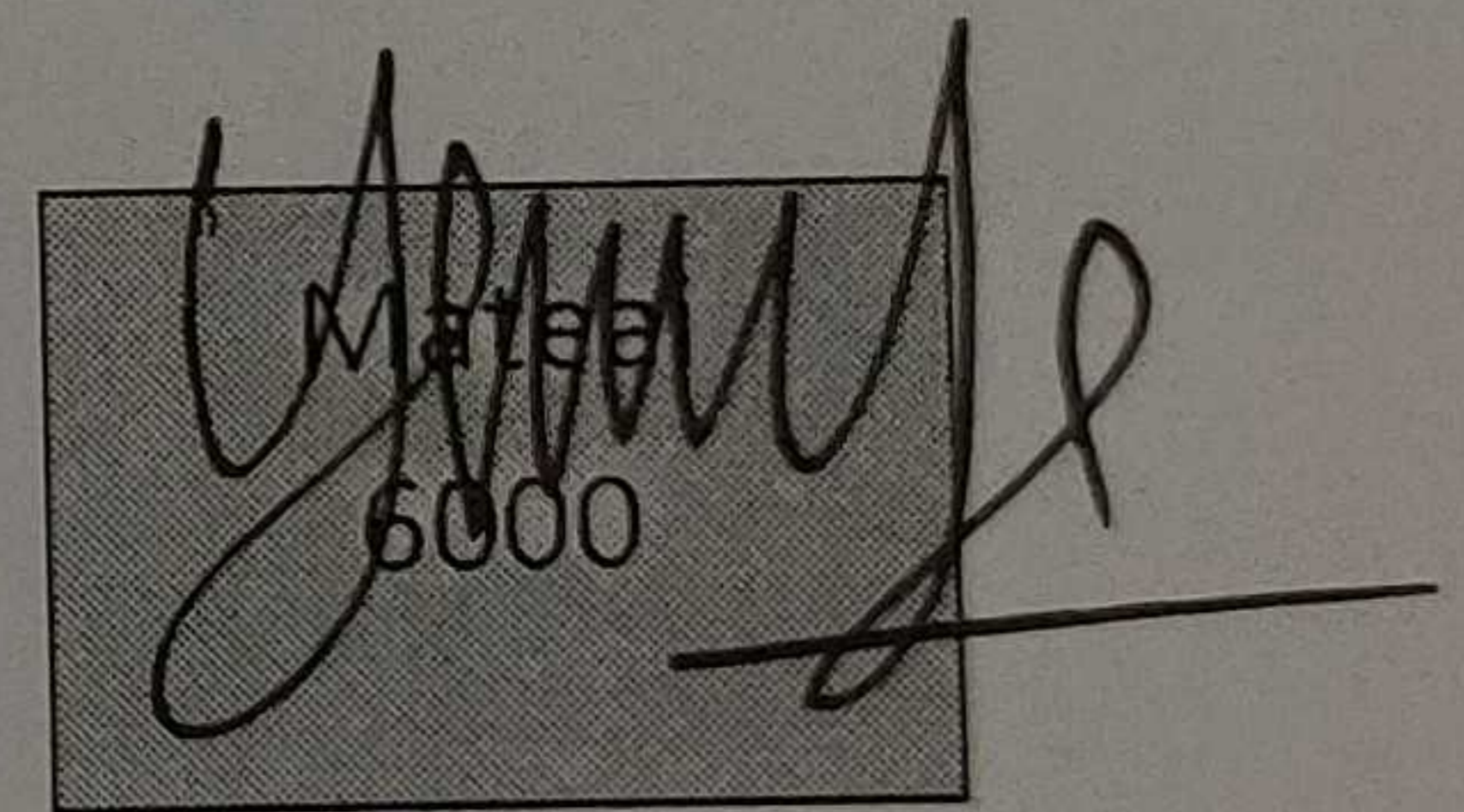
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : Analisis Strategi Pemasaran Pada Bakso Pasrujambe Lumajang Dengan Metode Analisis SWOT ,; 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. September 2019

Yang menyatakan,



Eka Yesi Maifarah

NIM. 1510411068

**Analisis Strategi Pemasaran Pada Bakso Pasrujambe  
Lumajang Dengan Metode Analisis SWOT**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:**

**Eka Yesi Maifarah  
NIM. 1510411068**

**Pembimbing:**

**Dosen Pendamping Utama**

**: Drs. M. Naely Azhad. M.Si**

**Dosen Pembimbing Pendamping**

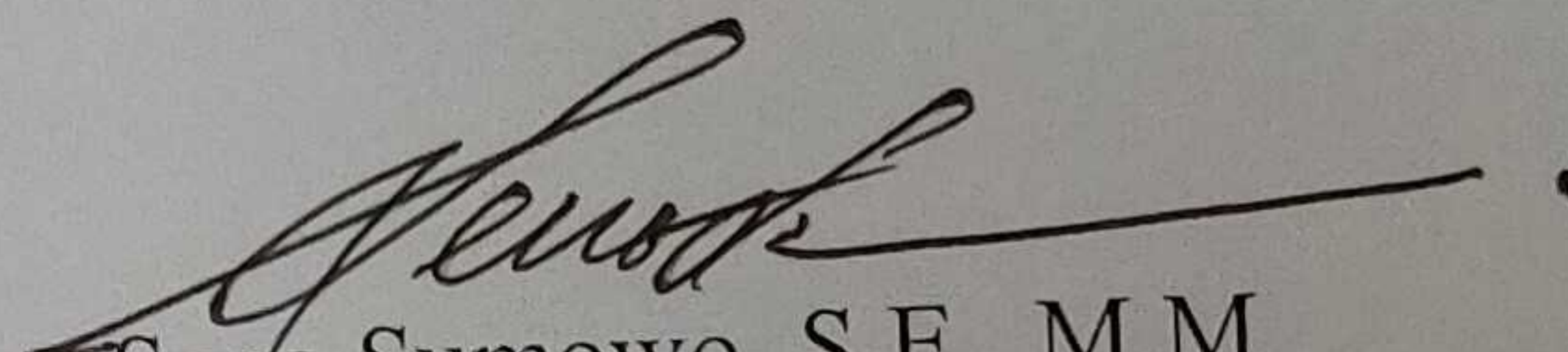
**: Wahyu ES, SE, MM**

## PENGESAHAN

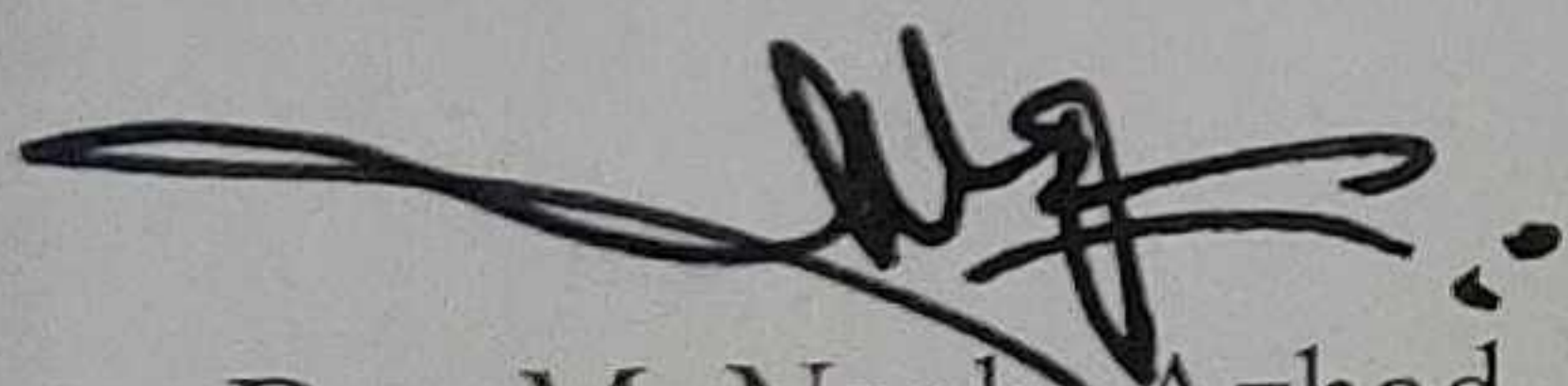
Skripsi berjudul; Analisis Strategi Pemasaran Pada Bakso Pasrujambe Lumajang Dengan Metode Analisis SWOT, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Eka Yesi Maifarah  
NIM : 1510411068  
Hari : Kamis  
Tanggal : 26 September 2019  
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

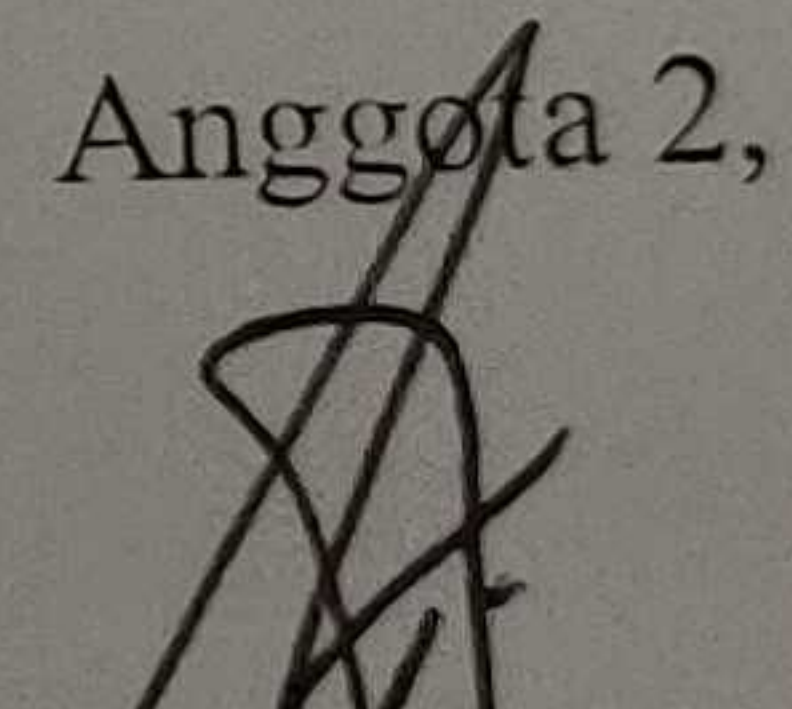
Tim Penguji,

  
Seno Sumowo, S.E., M.M  
NPK 01 09 288

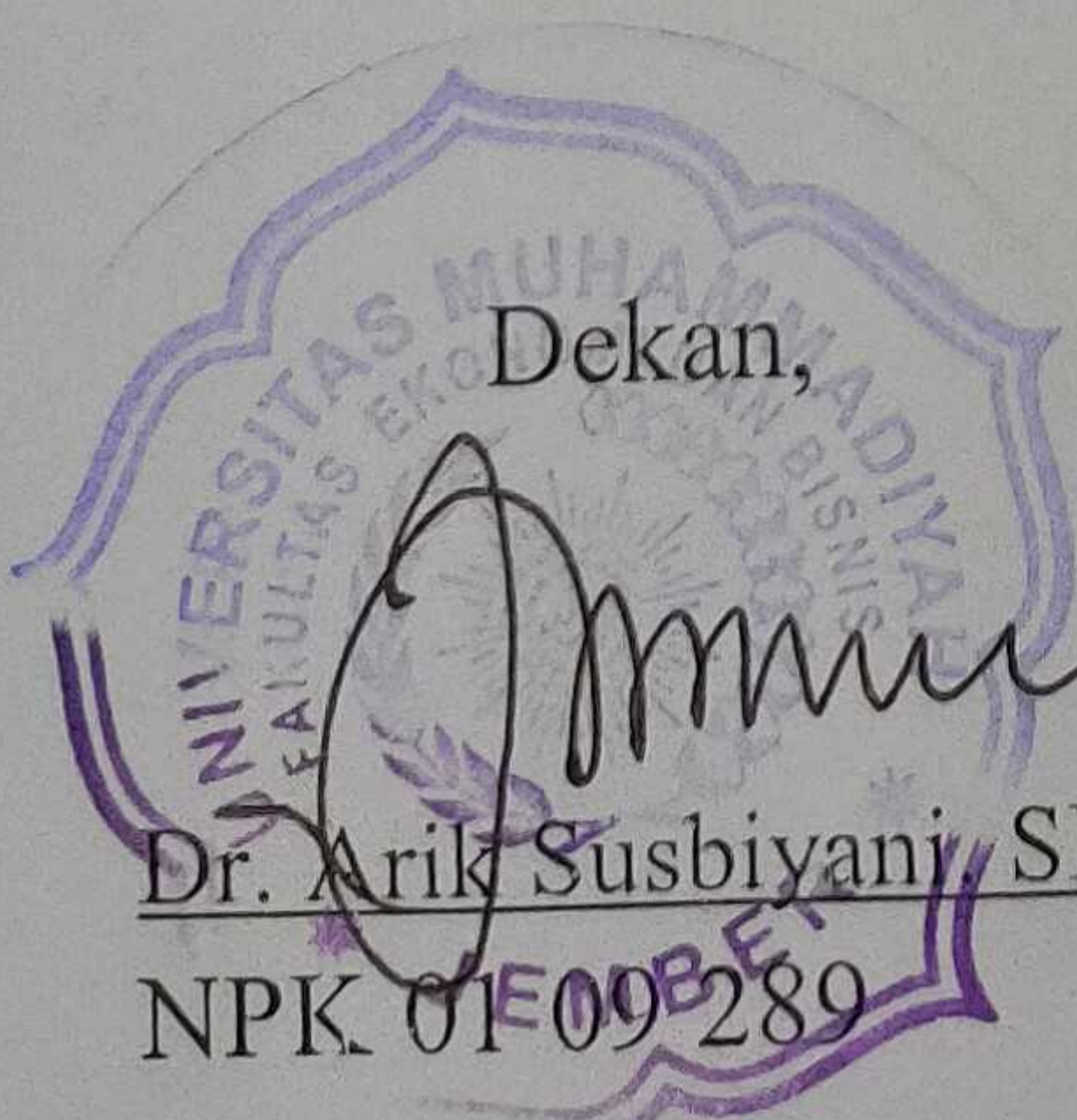
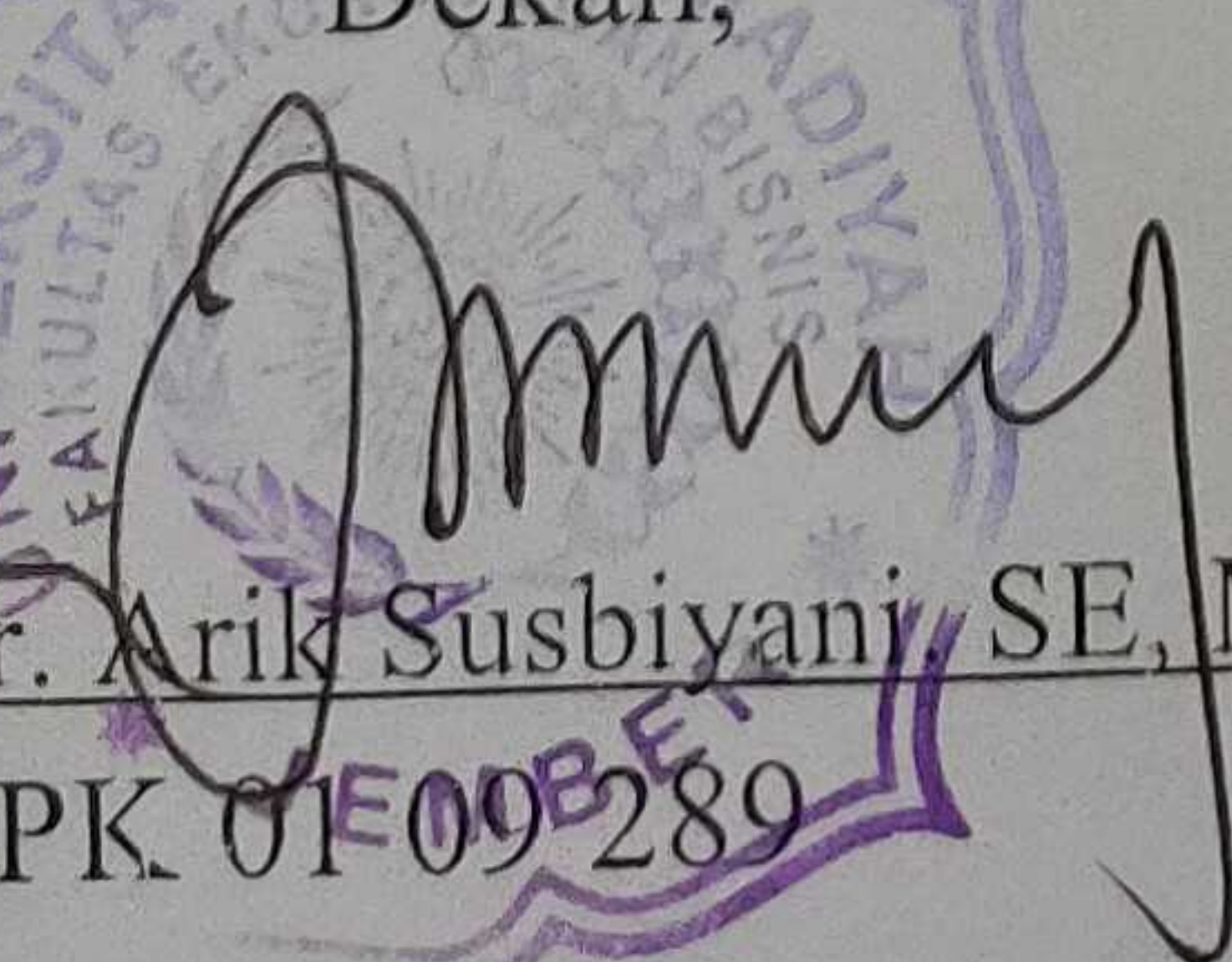
Anggota 1,

  
Drs. M. Naely Azhad. M.Si  
NIP 19661231199031000

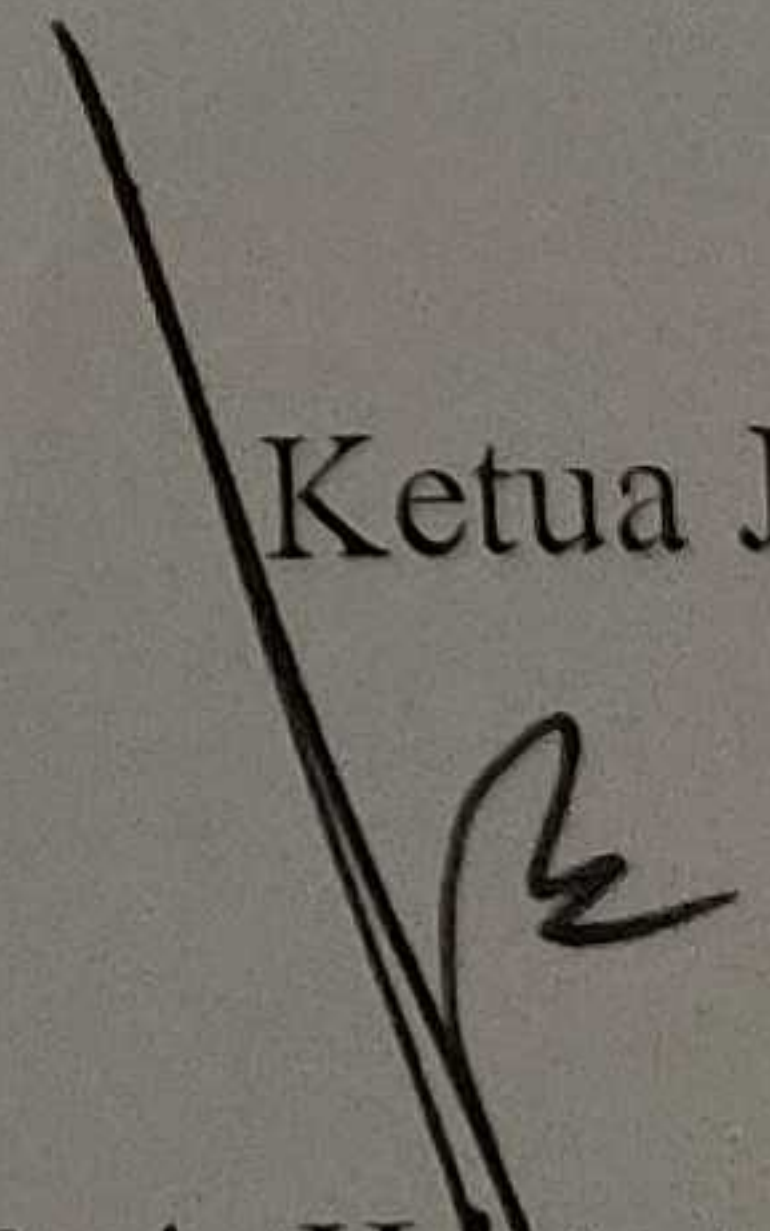
Anggota 2,

  
Wahyu Eko S, SE, MM  
NPK 15 09 633

Mengesahkan:

  
Dekan,  
  
Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si  
NPK 01 09 289

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 ” Analisis Strategi Pemasaran Pada Bakso Pasrujambe Lumajang Dengan Metode Analisis SWOT”.

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. M. Naely Azhad. M.Si, selaku dosen pembimbing I dan Wahyu Eko S, SE, M.M, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- d. Seno Sumowo, 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 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, September 2019  
Penyusun

Eka Yesi Maifarah

## 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 Bakso Pasrujambe Lumajang dan masyarakat yang pernah menjadi konsumen Bakso Pasrujambe Lumajang, pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Hasil penelitian yang diperoleh bahwa pemilihan strategi pemasaran yang tepat pada Bakso Pasrujambe Lumajang 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 Bakso Pasrujambe Lumajang company and people who ever consumption product of Bakso Pasrujambe Lumajang, collecting data using questionnaires. The results obtained that the selection of an appropriate marketing strategy on the company's Bakso Pasrujambe Lumajang 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	
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	6
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 Konsep Pemasaran .....	7
2.1.2 Konsep strategi .....	8
2.1.3 Alternatif Strategi .....	10
2.1.4 Pemilihan Strategi .....	10
2.1.5 Analisis SWOT .....	11
2.1.6 Strategi Pemasaran .....	12
2.1.7 Tahapan Strategi Pemasaran .....	12
2.1.8 Pengembangan Strategi Pemasaran .....	13
2.2 Strategi Pemasaran STP .....	14
2.3 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	18
2.4 Kerangka Konseptual .....	21
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1 Jenis dan pendekatan Penelitian .....	24
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	24
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	24

3.4 Populasi Dan Sampel .....	24
3.5 Informan Penelitian.....	25
3.6 Definisi Operasional Variabel .....	25
3.8 Teknik Analisis Data .....	26
<b>BAB 4 HASIL DAN PENBAHASAN .....</b>	<b>31</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	31
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	31
4.1.2 Struktur Organisasi .....	31
4.1.3 Fungsi dan Tugas Jabatan .....	32
4.1.4 Aspek Personalia .....	33
4.1.5 Aspek Pemasaran .....	33
4.2 Hasil Analisis Dan Pembahasan .....	33
4.2.1 Menentukan Matriks IFAS dan EFAS .....	33
4.2.2 Mengidentifikasi Faktor Perusahaan .....	38
4.2.3 Penentuan Posisi Perusahaan .....	41
4.2.4 Penentuan Alternatif Strategi Pemasaran Perusahaan .....	44
4.2.5 Penentuan Strategi Pemasaran .....	46
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>49</b>
5.1 Kesimpulan .....	49
5.2 Saran .....	49
5.3 Rekomendasi .....	50
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>51</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1:	Pangsa Pasar .....	5
Tabel 2.1:	Keterkaitan Strategi Pemasaran .....	18
Tabel 2.2:	Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 3.1:	IFAS .....	26
Tabel 3.2:	EFAS .....	27
Tabel 3.3:	Matrix SWOT .....	30
Tabel 4.1:	Penentuan Nilai Bobot IFAS .....	34
Tabel 4.2:	Penentuan Nilai Bobot EFAS .....	35
Tabel 4.3:	IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Summary</i> ) .....	36
Tabel 4.4:	EFAS ( <i>Ekternal Factor Analysis Summary</i> ) .....	37
Tabel 4.5:	Faktor Strategis Internal Perusahaan .....	41
Tabel 4.6:	Faktor Strategis Eksternal Perusahaan .....	42
Tabel 4.7:	Matrik SWOT .....	44

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1:	Kerangka Konsep Penelitian .....	22
Gambar 3.1:	Diagram Analisis SWOT .....	28
Gambar 3.2:	Matriks SWOT .....	30
Gambar 4.1:	Struktur Organisasi Perusahaan.....	32
Gambar 4.2:	Posisi SWOT Perusahaan .....	43

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- LAMPIRAN 1: Pengantar Kuesioner & Kuesioner Penelitian
- LAMPIRAN 2: Tabulasi Data
- LAMPIRAN 3: Dokumentasi Penelitian
- LAMPIRAN 4: Surat Izin Penelitian