



**PEMILIHAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN
ANALISIS S.W.O.T PADA PERUSAHAAN INDUSTRI JIPANG
UD. DUA DELIMA JEMBER**

SKRIPSI

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

Oleh:

**Aditia Sandi Pradana
NIM. 11.10.411.012**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Penentuan Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT Pada Perusahaan Industri Jipang UD. Dua Delima di Sukowono, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : selasa

Tanggal : 26 juli 2016

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Dr. Nurul Qomariah. M.M
NPK. 06 03 426

Anggota 1,

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

Anggota 2,

Budi Santoso, SE. M.M
NIDN. 0709107301

Mengesahkan:

Dekan,

Dr. Arik Susbiyani, M.Si
NPK 01 09 282

Ketua Jurusan,

Maheni Ika Sari, SE., M.M
NIP 19770 811 2005 01 2001

MOTTO

*"Berdoalah kepada-Ku, niscaya akan
Kuperkenankan bagimu.
(QS. Al Mu'min 40: 60)*

*"Doa kita bisa merubah nasib kita, dan kebaikan
dapat memperpanjang umur kita.
(HR. Ath-Thahawi)*

Kupersembahkan Skripsi ini untuk:

- ☛ *Bapak dan Ibu tercinta*
- ☛ *Saudar-saudaraku tercinta*
- ☛ *Para Sahabat dan temanku yang
kubanggakan*

Almamaterku yang penuh kenangan

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 ” Penentuan Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT Pada Perusahaan Industri Jipang UD. Dua Delima di Sukowono”.

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. Ibu Dr. Arik Susbiyanni, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- b. Maheni Ika Sari, 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 Budi Santoso. M.M, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- d. Dr. Nurul Qomariah, 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 2011 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 bisa 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, 26 Juli 2016

Penyusun

Aditia Sandi Pradana

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
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Manfaat Penelitian	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Pengertian Pemasaran	10
2.2.2 Manajemen Strategi Sebagai Satu Proses	11
2.2.3 Konsep Strategi	13
2.2.4 Hierarki Strategi	14
2.3.1 Pengertian Strategi	15
2.3.1 Pengertian Perencanaan Strategi	15
2.3.2 Pengertian Pemasaran	15
2.3.3 Pengertian Strategi Pemasaran	16
2.3.4 Alternatif Strategi Utama	17
2.3.5 Lingkungan EFAS Dan IFAS	20
2.3.6 Perumusan Strategi	27
2.3.7 Analisis S.W.O.T	28
2.5 Kerangka Konseptual	30

BAB 3 METODE PENELITIAN	31
3.1 Rancangan Penelitian	31
3.2 Identifikasi Variabel	31
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	32
3.4 Jenis Data	33
3.5 Populasi Dan Sampel	33
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.7 Teknik Analisa Data	35
3.8 Tabel Matrix Internal Eksternal	38
BAB 4 HASIL DAN PENBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	38
4.1.2 Struktur Organisasi	39
4.1.3 Fungsi dan Tugas Jabatan	40
4.1.4 Aspek Tenaga Kerja	41
4.1.4.1 Jumlah Tenaga Kerja	41
4.1.4.2 Jam Kerja Karyawan	42
4.1.4.3 Sistem Upah	42
4.1.5 Aspek Produksi	42
4.1.5.1 Bahan Baku dan Bahan Penolong	42
4.1.5.2 Peralatan Produksi	42
4.1.5.3 Proses Produksi	43
4.1.6 Aspek Pemasaran	44
4.1.6.1 Daerah Pemasaran	44
4.1.6.2 Saluran Distribusi	44
4.2 Hasil Analisis Dan Pembahasan	45
4.2.1 Menentukan Matriks IFAS dan EFAS	45
4.2.2 Penentuan Matrix IE	52
4.2.3 Penentuan Strategi Pemasaran	56
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	59
5.3 Rekomendasi	59
DAFTAR PUSTAKA	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Data Penjualan Jipang Perusahaan Pesaing	4
Tabel 1.2: Data Penjualan Jipang Tahun 2015.....	5
Tabel 2.1: Perbandingan Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 3.1: IFAS	35
Tabel 3.2: EFAS	36
Tabel 3.3: Internal Eksternal Matrix.....	38
Tabel 4.1: Jumlah Tenaga Kerja UD. Dua Delima.....	41
Tabel 4.2: Penentuan Rating IFAS	46
Tabel 4.3: Penentuan Rating EFAS	48
Tabel 4.4: IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>)	50
Tabel 4.5: EFAS (<i>Ekternal Factor Analysis Summary</i>)	51
Tabel 4.6: Matrik SWOT	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.5: Kerangka Konsep Penelitian	30
Gambar 3.1: Diagram Analisis SWOT	27
Gambar 3.2: Matriks SWOT	30
Gambar 4.1: Struktur Organisasi Jipang “UD.Dua Delima”	39
Gambar 4.2: Skema Proses Produksi Perusahaan	38
Gambar 4.6: Posisi SWOT Perusahaan 2015	53

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1: Pengantar Kuesioner Untuk Internal Perusahaan
- LAMPIRAN 2: Kuesioner Untuk Internal Perusahaan
- LAMPIRAN 3: Tabulasi Data Hasil Kuesioner Untuk Internal Perusahaan
- LAMPIRAN 4: Pengantar Kuesioner Untuk Eksternal Perusahaan
- LAMPIRAN 5: Kuesioner Untuk Eksternal Perusahaan
- LAMPIRAN 6: Tabulasi Data Hasil Kuesioner Untuk Eksternal Perusahaan
- LAMPIRAN 7: Frekuensi Pernyataan Responden