SKRIPSI

Analisis Strategi Pemasaran Pada Bebek 88 Jember Dengan Metode Analisis SWOT

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

Oleh :

Maratus Sholeha
NIM. 1510411362

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2020

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maratus Sholeha

NIM : 1510411362

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : Analisis Strategi Pemasaran Pada Bebek 88 Jember 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 pernyatan 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 2020
Yang menyatakan,

METERAI TEMPEL
TGL. 20
D404BAHF610009318
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Maratus Sholeha
NIM. 1510411362

SKRIPSI

Analisis Strategi Pemasaran Pada Bebek 88 Jember Dengan Metode Analisis SWOT

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

Oleh:

Maratus Sholeha
NIM. 1510411362

Pembimbing:

Dosen Pendamping Utama : **Drs. Akhmad Suharto, SE, MP**

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

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Analisis Strategi Pemasaran Pada Bebek 88 Jember Dengan Metode Analisis SWOT, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama	: Maratus Sholeha
NIM	: 1510411362
Hari	: Selasa
Tanggal	: 22 September 2020
Tempat	: Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

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

Anggota 1,

Drs. Achmad Suharto, MP.
NPK. 89 06 242

Anggota 2,

Yohanes Gw, SE, MM
NPK. 1509653

Mengesahkan:

Dekan,

Maheni Ika Sari, SE, MM
NIP. 19770811 2005 01 20019

Ketua Jurusan,

Dr. 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 Bebek 88 Jember 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:

1. Maheni Ika Sari, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Dr. Haris Hermawan. SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Drs. Achmad Suharto, MP, selaku dosen pembimbing I dan Yohanes Gw, SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Drs. M. Naely Azhad. M.Si, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
6. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiaannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
7. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
8. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2015 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
9. 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 2020
Penyusun

Maratus Sholeha

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)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL …… 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 5
1.3Tujuan Penelitian 6
1.4 Manfaat Penelitian …… 6

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA 7
2.1 Landasan Teori 7
2.1.1 Konsep Pemasaran……... …. 7
2.1.2 Konsep strategi 8
2.1.3 Alternatif Strategi ……..… 9
2.1.4 Pemilihan Strategi…… ……. 10
2.1.5 Analisis SWOT …….. 11
2.1.6 Strategi Pemasaran …….. 12
2.1.7 *Marketing Mix* ……..…….. 12
2.1.8 Tahapan Strategi Pemasaran …….. 15
2.1.9 Pengembangan Strategi Pemasaran …….. 15
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu 17
2.3 Kerangka Konseptual 18
BAB 3 METODE PENELITIAN 21
3.1 Jenis dan pendekatan Penelitian 21
3.2 Jenis dan Sumber Data 21
3.3 Teknik Pengumpulan Data 21
3.4 Populasi …….…… 21

3.5 Informan Penelitian..... 22
3.6 Definisi Operasional Variabel..... 22
3.7 Teknik Analisis Data ……..……..... 23
BAB 4 HASIL DAN PENBAHASAN …… 26
4.1 Gambaran Umum Perusahaan …….…… 26
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan …….…….. 26
4.1.2 Struktur Organisasi ……..……..……... 27
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan ……..……... 28
4.2 Hasil Analisis Dan Pembahasan ..……..….. 28
4.2.1 Menentukan Matriks IFAS dan EFAS ….……..... 28
4.2.2 Penentuan Matrik SWOT…….……..... 30
4.2.4 Penentuan Strategi Pemasaran …….……..…. 34

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN …… 37
5.1 Kesimpulan …….…. 37
5.2 Saran ……..….. 37
5.3 Rekomendasi ……..…. 38

DAFTAR PUSTAKA 39

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1:	Daftar Kedai Makanan Jember 2019	4
Tabel 1.2:	Daftar Penjualan Bebek 88 Tahun 2014-2018	5
Tabel 2.1:	Penelitian Terdahulu……	17
Tabel 3.1:	IFAS ……...……...	23
Tabel 3.2:	EFAS ……...……...	24
Tabel 4.1:	Penentuan Nilai Bobot & Rating IFAS ……	29
Tabel 4.2:	Penentuan Nilai Bobot & Rating EFAS ….……	30
Tabel 4.3:	Matrik SWOT ……..……...……..	32

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1:	Kerangka Konsep Penelitian ……..	19
Gambar 3.1:	Diagram Analisis SWOT ……..……..	25
Gambar 4.1:	Struktur Organisasi Bebek 88 Jember…….…	27
Gambar 4.2:	Diagram SWOT Bebek 88 Jember 2020…….	31

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

DAFTAR LAMPIRAN

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

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER