

**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:

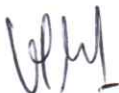
Nama : Fairuz Zabidin
NIM : 1510411204
Hari : Selasa
Tanggal : 10 Oktober 2019
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



Dr. Nurul Qomariyah, MM
NPK 06 034 26

Anggota 1,



Feti Fatimah, SE. MM
NPK 07 09 622

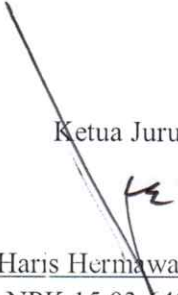
Anggota 2,



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).

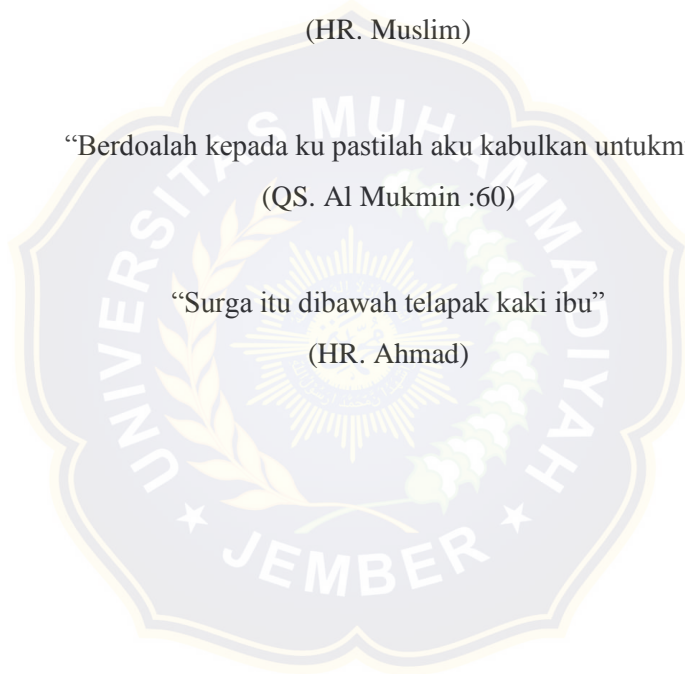
(HR. Muslim)

“Berdoalah kepada ku pastilah aku kabulkan untukmu”

(QS. Al Mukmin :60)

“Surga itu dibawah telapak kaki ibu”

(HR. Ahmad)



ABSTRAK

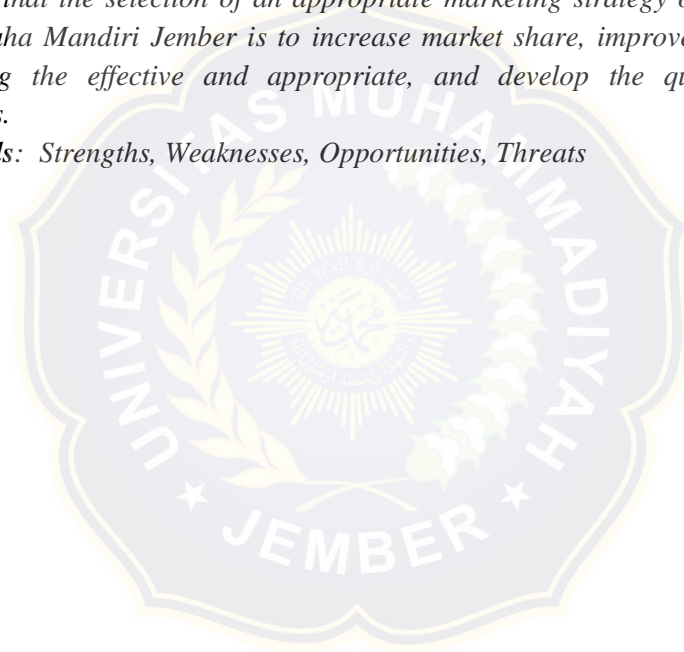
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dan berdaya saing dengan terlebih dahulu mengidentifikasi, menilai faktor-faktor internal perusahaan dan eksternal lingkungan yang mempengaruhi perusahaan tersebut. Hal ini dilakukan dengan menggunakan metode Analisis SWOT (*Strenght, 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
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	6
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
BAB 3 METODE PENELITIAN	20
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
BAB 4 HASIL DAN PENBAHASAN	25
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
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	35
5.1 Kesimpulan	35
5.2 Saran	35
5.3 Rekomendasi	36
DAFTAR PUSTAKA	37



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