

**PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DENGAN PENDEKATAN SWOT  
DAN BAURAN PEMASARAN PADA PABRIK ROTI RAHMAN BAKERY**  
(Studi Khasus Di Desa Wonosari Kecamatan Tekung Kabupaten Lumajang)

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

**RAKA WIDIYARMA**

**15.1041.1077**

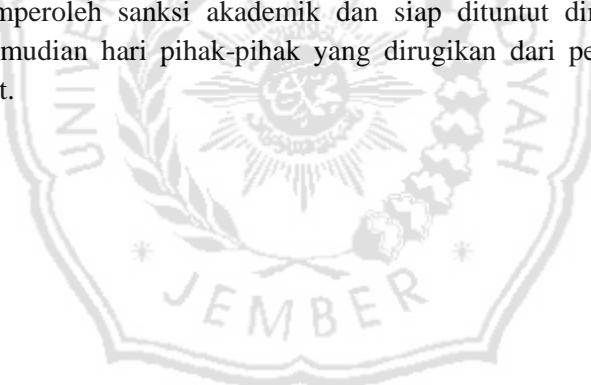
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2019**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Raka Widiyarma  
Nim : 15.10.411.077  
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar - benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : Penerapan Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan SWOT Dan Bauran Pemasaran Pada Pabrik Roti Rahman *Bakery* (Studi Khasus Di Desa Wonosari Kecamatan Tekung Kabupaten Lumajang) ; 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 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 dimuka dihukum, jika ternyata dikemudian hari pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.



Jember, 20 Juni 2019  
Yang menyatakan,

Raka Widiyarma  
NIM. 15.1041.1077

## SKRIPSI

### **PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DENGAN PENDEKATAN SWOT DAN BAURAN PEMASARAN PADA PABRIK ROTI RAHMAN BAKERY**

(Studi Khasus Di Desa Wonosari Kecamatan Tekung Kabupaten Lumajang)



#### **Pembimbing :**

**Dosen Pembimbing Utama : Maheni Ika Sari, SE,MM**

**Dosen Pembimbing Pendamping : Ahmad Izuddin,SE,MM**

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul Penerapan Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan SWOT Dan Bauran Pemasaran Pada Pabrik Roti Rahman *Bakery* (Studi Khasus Di Desa Wonosari Kecamatan Tekung Kabupaten Lumajang), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Raka Widiyarma

NIM : 15.1041.1077

Hari : Kamis

Tanggal : 25 juli 2019

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Pengaji

Bayu Wijayanti, SE,MM

NPK: 10 09 061

Anggota 1

Anggota 2

Maheni Ika Sari, SE,MM  
NPK: 197708112005012000

Ahmad Izuddin,SE,MM  
NPK: 15 09 637

Mengesahkan:

Dekan

Ketua Jurusan

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

Haris Hermawan,SE,MM  
NPK: 15 03 643

**MOTTO**

“ Dzikir, Fikir, Dan Amal Sholeh “



## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, Taufiq, beserta HidayahNya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan dan tak lupa Sholawat serta Salam tetap tercurah limpahkan pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman terang benderang pada saat ini. Dalam kesempatan ini saya ucapan banyak-banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Allah SWT atas segala berkah rahmat dan rizki-Nya, serta kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.
2. Orang Tua yang senantiasa memberi do'a, dukungan, kepercayaan, motivasi serta kasih sayang serta pengorbanan selama ini.
3. Seluruh anggota keluarga, saudara, dan para kerabat yang telah memberikan do'a dan dukungan.
4. Manajemen B 2015 sebagai keluarga baru selama menempuh masa perkuliahan yang telah memberikan, dukungan, ide yang inspiratif, dan kritikan.
5. Dr. Arik Susbiani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberi ijin penelitian kepada penulis.
6. Bapak Haris Hermawan,SE,MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
7. Staf pengajar semua dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang memberikan ilmu dan bimbingan kepada saya terutama :  
Ibu Maheni Ika Sari, SE,MM, selaku dosen pembimbing utama,  
Bapak Ahmad Izuddin,SE,MM, selaku dosen pembimbing pendamping  
Ibu Bayu Wijayanti, SE, MM, selaku dosen penguji
8. Sahabat/Sahabati kelas manjemen B yang telah memberikan support moral hingga terselesaikannya Skripsi ini dan tetaplah menjadi keluarga seutuhnya walaupun sering berkonflik.
9. Sahabat/Sahabati kelas manjemen B yang telah memberikan support moral hingga terselesaikannya Skripsi ini dan tetaplah menjadi keluarga seutuhnya walaupun sering berkonflik. Semoga Allah SWT senantiasa membala kebaikan dari semua pihak yang ada diatas.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti penerapan strategi pemasaran dengan pendekatan SWOT dan bauran pemasaran pada pabrik roti rahman bakery. Menggunakan metode deskriptif, dapat diartikan sebagai pemecahan masalah yang diselidiki dengan cara menggambarkan dan menjelaskan secara terperinci mengenai masalah yang akan diteliti berdasarkan data-data yang diperoleh sebelumnya melalui laporan penelitian berupa kuesioner yang telah dikumpulkan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini,yaitu studi lapangan dan studi kepustakaan. Setudi lapang menggunakan kuesioner yang dibagi kepada 51 orang yang terbagi menjadi dua kelompok yaitu 41 responden internal dan 10 responden eksternal. Data. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif dengan menjelaskan data-data yang diperoleh melalui kuesioner. Dari hasil penelitian menggunakan konsep IFAS dan EFAS menunjukan bahwa matrik Swot diposisi Strength 0,48 dan opportunity berada di posisi 0,01. Dengan hal tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut, (1) Posisi perusahaan dalam penelitian ini adalah terdapat pada kuadran 1 yaitu kuadran yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif, maksudnya perusahaan harus lebih giat dalam mengatasi perkembangan pasar yang kompetitif dalam rangka memperluas pangsa pasar. (2) Pemilihan strategi pemasaran yang tepat pada Roti Rahman *Bakery* adalah Meningkatkan Pangsa Pasar, Meningkatkan Kualitas Pelayanan, Melakukan Promosi Yang Efektif dan Tepat Sasaran, Mengembangkan Kualitas Sumber Daya Manusia.

**Kata Kunci : SWOT, IFAS, EFAS, Bauran Pemasaran**

## **ABSTRACT**

*This study aims to examine the application of marketing strategies with the SWOT approach and marketing mix at the rahman bakery bakery factory. Using descriptive methods, can be interpreted as solving the problem being investigated by describing and explaining in detail about the problem to be examined based on the data obtained previously through the research report in the form of a questionnaire that has been collected. Data collection techniques carried out in this study, namely field studies and library studies. Field study uses a questionnaire divided into 51 people divided into two groups, 41 internal respondents and 10 external respondents. Data analysis in this study used descriptive data analysis by explaining the data obtained through questionnaires. The results of the study using the concepts of IFAS and EFAS show that the Swot matrix in the position of Strength is 0.48 and opportunity is in the position of 0.01. With this, it can be concluded as follows, (1) The position of the company in this study is in quadrant 1, namely the quadrant that supports aggressive growth policies, meaning that the company must be more active in overcoming competitive market developments in order to expand market share. (2) Choosing the right marketing strategy at Roti Rahman Bakery is Increasing Market Share, Improving Service Quality, Promoting Effective and Right Target, Developing Quality of Human Resources.*

**Keywords:** *SWOT, IFAS, EFAS, Marketing Mix*

## 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 “Penerapan Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan SWOT Dan Bauran Pemasaran Pada Pabrik Roti Rahman *Bakery* (Studi Khasus Di Desa Wonosari Kecamatan Tekung Kabupaten Lumajang)”.

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 terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT atas segala berkah rahmat dan rizki-Nya, serta kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.
2. Orang Tua yang senantiasa memberi do'a, dukungan, kepercayaan, motivasi serta kasih sayang serta pengorbanan selama ini.
3. Seluruh anggota keluarga, saudara, dan para kerabat yang telah memberikan do'a dan dukungan.
4. Manajemen B 2015 sebagai keluarga baru selama menempuh masa perkuliahan yang telah memberikan, dukungan, ide yang inspiratif, dan kritikan.
5. Dr. Arik Susbiani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberi ijin penelitian kepada penulis.
6. Bapak Haris Hermawan,SE,MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
7. Staf pengajar semua dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang memberikan ilmu dan bimbingan kepada saya terutama :
  8. Ibu Maheni Ika Sari, SE,MM, selaku dosen pembimbing utama,
  9. Bapak Ahmad Izuddin,SE,MM, selaku dosen pembimbing pendamping
  10. Ibu Bayu Wijayanti, SE, MM, selaku dosen pengaji
11. Sahabat/Sahabati kelas manjemen B yang telah memberikan support moral hingga terselesaikannya Skripsi ini dan tetaplah menjadi keluarga seutuhnya walaupun sering berkonflik.

12. Sahabat/Sahabati kelas manjemen B yang telah memberikan support moral hingga terselesaikannya Skripsi ini dan tetaplah menjadi keluarga seutuhnya walaupun sering berkonflik.
13. Almamaterku yang aku cintai dan aku banggakan. Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan dari semua pihak yang ada diatas.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang 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, 20 Juni 2019

Penyusun

Raka Widiyarma

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN PENULIS .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTARA ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Manajemen Pemasaran .....	10
2.2 Strategi Pemasaran.....	10
2.2.1 Alternatif-Alternatif Strategi.....	12
2.2.2 Pemilihan Strategi .....	13
2.2.3 Langkah-langkah Penerapan Strategi Pemasaran.....	13
2.2.4 Pengembangan Strategi Pemasaran.....	14
2.3 Analisis SWOT .....	15
2.4 Matrix SWOT .....	17
2.5 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	20
2.6 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	24
2.7 Kerangka Konseptual Penelitian.....	26
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	28
3.2 Definisi Operasional Variabel .....	28

3.2.1 Lingkungan Internal .....	28
3.2.2 Lingkungan Eksternal .....	29
3.3 Jenis Data .....	29
3.4 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel .....	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.6 Teknik Analisis Data.....	31
3.7 Tahap Analisis Data.....	33
3.8 Penentuan Alternatif Strategi Pemasaran.....	35
3.9 Penentu Strategi Pemasaran Perusahaan.....	36
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	37
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	37
4.1.2 Struktur Organisasi.....	38
4.1.3 Fungsi Dan Tugas Jabatan.....	38
4.2 Aspek Personalia.....	39
4.2.1 Jumlah Tenaga Kerja.....	39
4.2.2 Jam Kerja.....	39
4.2.3 Sistem Upah.....	39
4.2.4 Daerah Pemasaran.....	39
4.3 Karakteristik responden.....	40
4.4 Hasil Analisis Dan Pembahasan.....	40
4.4.1 Menentukan Metrik IFAS Dan EFAS.....	40
4.4.2 Perhitungan Hasil IFAS Dan EFAS.....	42
4.4.3 Penentuan Matrik SWOT.....	42
4.5 Penentuan Strategi Pemasaran.....	45
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>50</b>
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran.....	51
5.3 Rekomendasi.....	52

**DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN - LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Data penjualan pabrik Roti Rahman <i>Bakery</i>	
tahun 2015-2017 .....	7
Tabel 2.1 Matriks SWOT Menghasilkan Empat Set Kemungkinan	
Alternatif Strategi.....	17
Tabel 3.1 IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Summary</i> ) .....	31
Tabel 3.2 EFAS ( <i>Eksternal Faktor Analysis Summary</i> ) .....	32
Tabel 4.1 Penentuan Nilai Bobot IFAS.....	40
Tabel 4.2 Penentuan Nilai Bobot EFAS.....	41
Tabel 4.3 Perhitungan Hasil IFAS.....	41
Tabel 4.4 Perhitungan Hasil EFAS.....	42
Tabel 4.5 Penentuan Matrik SWOT .....	45

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT .....	19
Gambar 2.2 Kerangka Komseptual .....	26
Gambar 3.1 Diagram SWOT.....	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	38
Gambar 4.2 Penentuan Matrik SWOT .....	43



## DAFTAR LAMPIRAN

- |          |  |
|----------|--|
| Lampiran | 1. Pengantar Kuesioner Lengkap dan Kuesioner |
| Lampiran | 2. Tabulasi Data Hasil Kuesioner             |
| Lampiran | 3. Dokumentasi Penelitian                    |
| Lampiran | 4. Surat Keterangan                          |

