

**STRATEGI PEMASARAN PADA MIE SAKERA JEMBER DENGAN  
MENGUNAKAN METODE ANALISIS SWOT**

**SKRIPSI**

Diajukan guna memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

**Retno Puteri Anggraeni**

**15.1041.1102**

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

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul *Strategi Pemasaran Pada Mie Sakera Jember Dengan Menggunakan Metode Analisis Swot*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Rabu  
Tanggal : 17 Juli 2019  
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Drs. Anwar, M.Sc.

NPK : 85 03 125

Anggota 1

Anggota 2

Budi Santoso, SE.MM, M.Akun

NPK : 10 03 711

Jekti R, SE, M.si

NPK : 15 09 646

Mengesahkan :

Dekan

Ketua Program Studi

Dr. Arik Susbiyani, SE., M.Si.

NPK : 0109289

Haris Hermawan, SE., MM

NPK : 1503643

## KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadiran Allah Subhanahu Wata'ala atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul STRATEGI PEMASARAN PADA MIE SAKERA JEMBER DENGAN MENGGUNAKAN METODE ANALISIS SWOT, skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan segala nikmat yang tak terhingga. Terimakasih atas ridho dan kehendak-Mu sehingga hambaMu ini dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Dr. Ir. Muhammad Hazmi, DESS, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Haris Hermawan, SE., MM selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Drs. Anwar, M.Sc. selaku dosen penguji, Budi Santoso, SE.MM, M.Akun sebagai pembimbing utama dan Jekti R, SE, M.si selaku dosen pembimbing pendamping skripsi yang telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan skripsi ini.
6. Kedua orang tua Bapak Purwanto dan Ibu Srianis yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan hati mencurahkan cinta, kasih sayang, dukungan doa'a, kritik dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
7. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan masukan dan saran dari semua pihak. Artinya penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 17 Juli 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN PENULIS .....	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRAK</i> .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	7
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	7
2.1.2 Konsep Pemasaran .....	8
2.1.3 Manajemen Pemasaran Jasa .....	9
2.1.4 Manajemen Strategi .....	10
2.1.5 Defenisi Manajemen Strategi .....	11
2.1.6 Tahapan Manajemen Strategi .....	12
2.1.7 Strategi Bauran Pemasaran .....	13
2.1.8 Analisis SWOT .....	14
2.1.9 Model SWOT .....	15
2.1.9.1 Penentuan Strategi Internal dan Eksternal .....	16
2.1.10 Tahap Pencocokan .....	18
2.1.11 Matriks Swot .....	18
2.1.12 Tahap Keputusan .....	19
2.2 Penelitian Terdahulu .....	20
2.3 Kerangka Konseptual .....	21

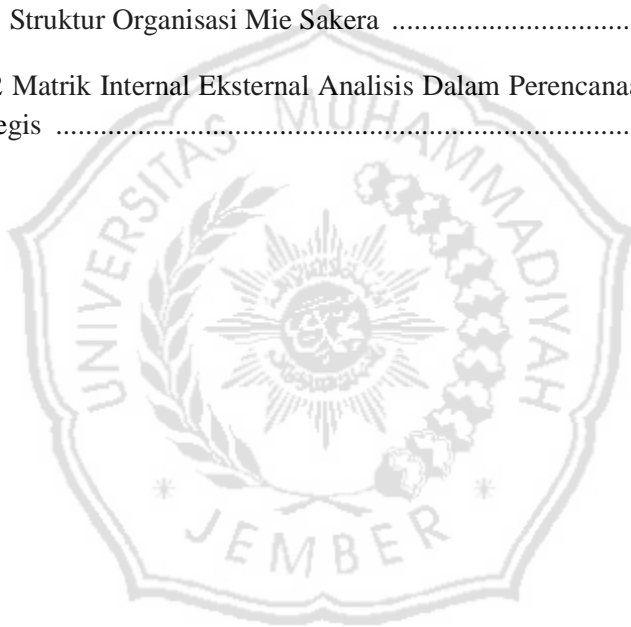
BAB III METODE PENELITIAN .....	23
3.1 Jenis Penelitian dan Pendekatan .....	23
3.2 Sumber Data Penelitian .....	23
3.3 Unit Analisis .....	24
3.4 Fokus Penelitian .....	25
3.5 Tehnik Pengumpulan Data .....	25
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	25
3.7 Pengujian Keabsahan Data .....	25
3.7.1 Uji Kepercayaan ( <i>Credibility</i> ) .....	26
3.7.2 Uji <i>Dependability</i> .....	26
3.8 Analisis Data .....	26
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	 32
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	32
4.1.1 Sejarah singkat perusahaan .....	32
4.1.2 Struktur Organisasi .....	33
4.1.3 Visi dan Misi .....	35
4.2 Aspek Personalia.....	35
4.2.1 Jumlah Tenaga Kerja.....	35
4.2.2 Jam Kerja Karyawan .....	36
4.2.3 Sistem Upah .....	36
4.3 Aspek Pemasaran .....	36
4.3.1 Daerah Pemasaran.....	36
4.3.2 Strategi Pemasaran.....	36
4.4 Deskripsi Informasi.....	37
4.5 Hasil Penelitian .....	37
4.5.1 Tahap Masuk Data ( <i>Input Stage</i> ) .....	37
4.5.1.1 Matriks Internal Factor Analysis Summary	
(IFAS) dan Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS) .....	38
4.5.1.2 Perhitungan Penentuan Bobot Skor Swot .....	39
4.5.2 Tahap Pencocokan ( <i>Maching Stage</i> ) .....	42
4.5.3 Tahap Keputusan ( <i>Decisioub Stage</i> ) .....	43
4.5.4 Penentuan Strategi Pemasaran .....	47
4.5.5 Pembahasan .....	48
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	 51
5.1 Kesimpulan .....	51
5.2 Saran .....	51
DAFTAR PUSTAKA .....	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Market Share Mie di Jember .....	3
Tabel 1.2 Indikator SWOT .....	5
Tabel 2.1 Contoh IFAS .....	17
Tabel 2.2 Contoh EFAS .....	18
Tabel 2.3 Matrik IFAS EFAS .....	19
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3.1 Jumlah karyawan di Mie Sakera Jember .....	24
Tabel 3.2 Sampel Penelitian .....	24
Tabel 3.3 Matriks Swot .....	30
Tabel 4.1 Menu di Mie Sakera Jember .....	33
Tabel 4.2 Jumlah Tenaga Kerja di Mie Sakera Jember .....	35
Tabel 4.3 Data Informan Kunci .....	37
Tabel 4.4 Data Informan Utama .....	37
Tabel 4.5 Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan .....	38
Tabel 4.6 Matriks Internal Factor Analysis Summary .....	40
Tabel 4.7 Matriks Eksternal Factor Analysis Summary .....	41
Tabel 4.8 Matriks Swot Mie Sakera Jember .....	44

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Strategi sebagai upaya pencapaian tujuan organisasi .....	11
Gambar 2.2 Marketing Mix .....	14
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual .....	21
Gambar 3.1 Matrik Internal dan Eksternal .....	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Mie Sakera .....	34
Gambar 4.2 Matrik Internal Eksternal Analisis Dalam Perencanaan Strategis .....	42



## DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Pengantar Kuesioner .....	
Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian .....	
Lampiran 3. Bobot dan Rating .....	
Lampiran 4. Dokumentasi.....	
Lampiran 5. Surat Ijin Penelitian .....	





## DAFTAR PUSTAKA

- Ammirullah. 2015. **Pengantar Manajemen**. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Assauri. Sofjan 2013. **Manajemen Pemasaran**: Jakarta : Rajawali Pers.
- Basu swatasta dan irawan, 2005, **Asas-asas Marketing**, Liberty , Yogyakarta.
- David, Fred R, 2011. **Strategic Management**, Buku 1. Edisi 12 Jakarta
- Fandy, Tjiptono 2004 **Manajemen Jasa**. Edisi kedua Yogyakarta: Andi  
offset. Kotler, Keller 2008. **Manajemen Pemasaran**, Edisi ke tiga belas  
Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Hartono, Hendry, dkk. 2012. **“Pengaruh strategi pemasaran terhadap peningkatan penjualan pada perusahaan”**. *Jurusan manajemen*. Univeristas bina nusantara. Jakarta Barat. Jurnal ( online )
- Indiantoro Ndan Bambang Supomo, **Metode Penelitian Bisnis**. Yogyakarta BPF. 1999.
- Jogiyanto, H.M., 2005 **Analisa dan desain sistem informasi: pendekatan Terstruktur Teori dan praktik Aplikasi Bisnis** ANDI, Yogyakarta
- Kotler dan Keller 2009. **Manajemen Pemasaran** : Jilid 1. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga. Rangkuti, Freddy. 2004. **Manajemen Pemasaran Aplikasi di bidang Bisnis**. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Keller 2009 **Manajemen Pemasaran**. Jilid Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip 2001. **Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan Implementasi dan kontrol**. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Moleong, L.J **Metodologi Penelitian Kualitatif** Edisi Revisi Remaja Rosdakarya , Bandung.
- Pearce II, John A. dan Robinson Richard B.Jr. (2008). **Manajemen Strategis 10. Salemba Empat** : Jakarta
- Prawitasari, Sri , 2010. **Analisis Swot Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing**. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro Semarang

Putri, Nyimas Ekinevia putri dkk 2014 *Perencanaan Strategi Pengembangan Restoran Menggunakan Analisis Swot (studi kasus Restoran Big Burger Malang)*. Jurnal Industri Vol 3 No.2 Hal 93 – 106.

Stanto, Wiliam, J 2001, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid Ketujuh, Penerbit Erlangga Jakarta.

Sugiyono 2008 *Metode Penelitian Kalitatif dan R&D* Bandung Alfabeta.

Yazid 2008 *Pemasaran Jasa* Edisi kedua Yogyakarta: Ekonesia Kampus Fakultas Ekonomi.

