

**STRATEGI PEMASARAN BERBASIS ANALISIS SWOT
PADA MAKANAN RINGAN MANTAN MAKTING
UMBULREJO TANGGUL JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



Oleh :

RISA LAILA UMAMI

15.1041.1315

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

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; *Strategi Pemasaran Berbasis Analisis SWOT Pada Makanan Ringan Mantan Makting Umbulrejo Tanggul Jember*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 25 Juni 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.AK

NPK: 10 03 711

Jekti Rahayu,SE,M.Si

NPK: 15 09 637

Mengesahkan:

Dekan

Ketua Prodi

Dr.Arik Susbiyani,SE,M.Si

NPK: 01 09 289

Heris Hermawan,SE,MM

NPK: 15 03 643

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahirobbilalamin, 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 “STRATEGI PEMASARAN BERBASIS ANALISIS SWOT PADA MAKANAN RINGAN MANTAN MAKTING UMBULREJO TANGGUL JEMBER”.

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. Kedua Orang Tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, do'a, dukungan dan perhatiannya yang tak terbatas. Terimakasih untuk segalanya.
2. Dr. Arik Susbiyani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberi ijin penelitian kepada penulis.
3. Haris Hermawan, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
4. Staf pengajar semua dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang memberikan ilmu dan bimbingan kepada saya terutama :
Bapak Budi Santoso, SE, MM, M.AK, selaku dosen pembimbing utama,
Ibu Jekti Rahayu, SE, M, Si, selaku dosen pembimbing pendamping
Bapak Dr. Anwar, M.Sc, selaku dosen penguji
5. Ibu Nurul Laili selaku OWNER di MANTAN MAKTING yang telah memberikan ijin untuk saya meneliti.
6. Almaterku yang aku cintai dan aku banggakan.
7. Dan untuk teman-teman seperjuanganku dan semua teman-teman kuliahku yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, semoga kalian semua ingat sama saya. Dan sukses selalu untuk kita semua. Amin.....

Dari sanalah semua kesuksesan berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang baik lagi. Meskipun penulis berharap 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, 21 Mei 2019
Penyusun

Risa Laila Umami

DAFTAR ISI

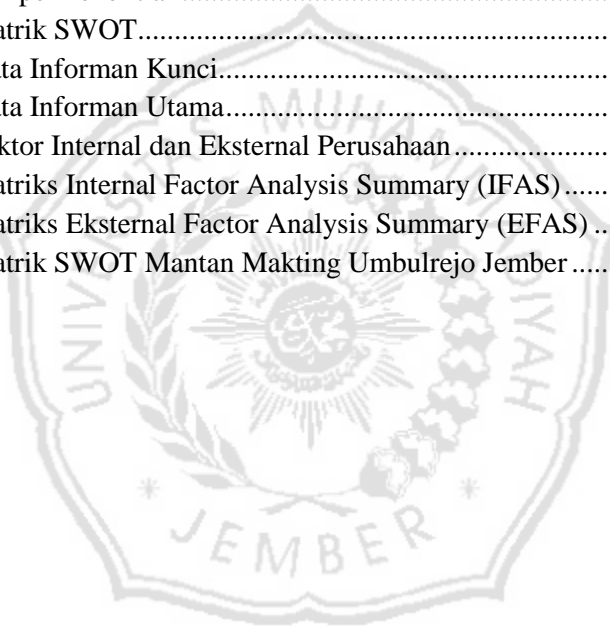
	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN PENULIS	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERSEMBAHAN SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Definisi Pemasaran	6
2.1.2 Manajemen Pemasaran	6
2.1.3 Konsep Pemasaran	6
2.1.4 Perencanaan Strategi	7
2.1.5 Tipe-tipe Strategi.....	7
2.1.6 Marketing Mix.....	9
2.1.7 Analisis SWOT	12
2.1.8 Model SWOT	13
2.1.9 Penentuan Strategi Internal dan Strategi Eksternal	13
2.1.10 Tahap Pencocokan.....	16
2.1.11 Penentuan Strategi Perusahaan dengan Matrik SWOT	18
2.1.12 Pengertian Industri dan Pengelompokan jenis industri	19
2.1.12.1 Pengertian Industri	19
2.1.12.2 Pengelompokan Jenis Industri.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Konseptual	23

BAB 3 METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Jenis Penelitian dan Pendekatan.....	25
3.2 Sumber Data Penelitian.....	25
3.3 Unit Analisis.....	26
3.4 Fokus Penelitian.....	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
3.7 Pengujian Keabsahan Data.....	27
3.7.1 Uji Kepercayaan.....	27
3.7.2 Uji Dependability.....	28
3.8 Analisis Data.....	28
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	33
4.1.1 Profil Perusahaan.....	33
4.1.2 Visi Misi Mantan Makting Umbulrejo Jember.....	33
4.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	34
4.3 Aspek Personalia.....	34
4.3.1 Jumlah Tenaga Kerja.....	34
4.3.2 Jam Kerja.....	35
4.3.3 Sistem Upah.....	35
4.4 Aspek Pemasaran.....	35
4.4.1 Daerah Pemasaran.....	35
4.4.2 Strategi Pemasaran.....	35
4.5 Deskripsi Informan.....	36
4.6 Hasil Penelitian.....	36
4.6.1 Tahap Analisis Data.....	36
4.6.1.1 Perhitungan Penentuan Bobot Skor SWOT.....	37
4.6.1.2 Matrik IFAS dan EFAS.....	38
4.6.2 Tahap Pencocokan (<i>Maching Stage</i>).....	41
4.6.3 Tahap Keputusan (<i>dicision Stage</i>).....	43
4.6.4 Penentuan Strategi Perusahaan.....	46
4.6.5 Pembahasan.....	47
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	50
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....	52

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Data Penjualan Mantan Makting Umbulrejo Jember Bulan Januari – September 2018	3
Tabel 1.2 Tabel SWOT Mantan Makting Umbulrejo Jember	4
Tabel 2.1 Contoh IFAS	14
Tabel 2.2 Contoh EFAS	15
Tabel 2.3 Matrik SWOT	18
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Sampel Penelitian	26
Tabel 3.2 Matrik SWOT	31
Tabel 4.1 Data Informan Kunci	36
Tabel 4.2 Data Informan Utama	36
Tabel 4.3 Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan	37
Tabel 4.4 Matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS)	39
Tabel 4.5 Matriks Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)	40
Tabel 4.6 Matrik SWOT Mantan Makting Umbulrejo Jember	43



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Marketing Mix.....	9
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	23
Gambar 3.1 Matrik Internal Eksternal Analisis dalam Perencanaan Strategi	30
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Mantan Makting Umbulrejo Jember	34
Gambar 4.2 Maktrik Internal Eksternal Analisis Dalam Perencanaan Strategi ...	41



DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1: Pengantar Kuisisioner
- LAMPIRAN 2: Kuisisioner Penelitian
- LAMPIRAN 3: Bobot dan Rating
- LAMPIRAN 4: Dokumentasi Penelitian
- LAMPIRAN 5: Surat Pernyataan Penelitian



DAFTAR PUSTAKA

- Dan Richard B. Robinson.1997.*Manajemen Strategik:Formulasi, Implementasi dan Pengendalian.Jilid 1*.Jakarta. Binarupa Aksara.
- David,Fred R. 2006. *Manajemen Strategis, Edisi Sepuluh*. Jakarta. Salemba Empat.
- David,Fred R.2011.*Management Strategi; Konsep-Konsep.Edisi Dua Belas*.Jakarta.Salemba.
- Herdianti,dkk. 2016. *Analisis Stratrgi 4P (Product, Price, Place, Promotin) Dan STP (Segmenting, Targeting, Positioning) PT. Cipta Master Perkara*. Jurnal, Universitas Telkom.
- Hunger,J.David dan Wheelen,Thomas L.2003.*Strategic Manajemen, Edition 5.1996.Addision-Wesley Publishing Company Inc.Julianto Agung (Peterjemah).Manajemen Strategis*.Andi.Yogyakarta.
- Indiantoro Ndan Bambang Supomo.1999.*Metode Penelitian Bisnis*.Yogyakarta.BPFE.
- Kotler, dan Keller.2009.*Manajemen Pemasaran.Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller Kevin. 2008. *Manajemen Pemasaran jilid 1 (edisi 13)*. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler dan Philip and gary Amstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta:Erlangga
- Nauri Sapt Nizar.2016. *Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Analisis SWOT Pada PT.Super Sukses Motor Banjarmasin*.
- Amalia Aisyah.2016. *Perencanaan Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Bauran Pemasaran dan SWOT pada Perusahaan Popsy Tubby*.
- Hardiyansyah,dkk. 2015.*Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mie Basah*. UD.Lugina. Garut

- Manap. 2016. ***Revolusi Manajemen Pemasaran***. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Moleong,L.J.2011.***Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisis, Remaja Rosdakarya***,Bandung.
- Moleong.2009.***Metodologi Penelitian***.Jakarta :Raja Grafindo Persada.
- Pradana, Sandi Aditya. 2016. ***Pemilihan Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT Pada Perusahaan Industri Jipang UD.Dua Delima Jember.Skripsi***, Universitas Muhammadiyah Jember, Jember.
- Pradana, Andik. 2015. ***Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Analisis SWOT Pada Syafia Plaza Jember.Skripsi***, Universitas Muhammdiyah Jember, Jember .
- Rangkuti, Freddy. 2003. ***Analisis SWOT Teknik Membedah Kadus Bisnis***. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Suci, Rahmini Yuli. 2017. ***Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) di Indonesia. Jurnal***, Balikpapan.
- Sugiyono,(2008).***Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D***.Bandung.Alfabeta.
- Sukirno Sadono. 1995. ***Pengantar Teori Ekonomi Mikro, Edisi Empat***. Jakarta. PT Karya Grafindo Persada.
- Supriyanto.2006.***Pemberdayaan Usaha Mikro,Kecil,Dan Menengan (UMKM) Sebagai Salah Satu Upaya Penanggulangan Kemiskinan***. Jurnal Ekonomi Pendidikan. Vol.3.No(1).Hal:1-16.
- Sritomo Wignjosoebroto. 2003. ***Pengantar Teknik & Manajemen Industri, Edisi Pertama***. Jakarta. Guna Widya.
- Tjiptono,Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi 3. Yogyakarta. Andi
- Umar,Husein.2015.***Strategic Managemen In Action***. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.