



**Penerapan Analisis S.W.O.T Sebagai Dasar Pemilihan Strategi
Pemasaran Pada Dakota Cargo Cabang Jember**

SKRIPSI

*Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas jember*

Oleh :
TEGUH HASTOMO
NIM : 030810291027

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2008**

Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi

Universitas Jember

ABSTRACT

This research target is to know the variable becoming strength, weakness, opportunity, and also threat to be faced by Dakota Cargo Cabang Jember and determine the marketing strategy of what can be taken and used by Dakota Cargo Cabang Jember.

This Research represent the descriptive research. Descriptive research represent an research having the character of to depict systematically hit the fact, situation and activity from accurate obyek with an eye to depict the nature of certain which is being take place at the time of researching into conducted and check the causes from a[n certain symptom. Sampel in this research is responder which have exploited the service Dakota Cargo Cabang Jember Jember 1 times. This research take 55 sampel, 5 from internal of company of where all responder is all employees and 50 from eksternal company that is all consumer. This research is executed with the period of research time is October month; moon of up to December 2007. Data used by data of primary and data sekunder. Analyse the data used istest of data instrument and analyse SWOT.

Result of data analysis indicate that pursuant to klasifikasi of tables of IFAS and EFAS known that by the score for the factor of internal strategic equal to 2,854. While total score for the factor of eksternal [of] equal to 2,587. In Internal matrik - Eksternal (IE Matrik) got by position Dakota Cargo Cabang Jember that is be at the kuadran V which have sign to asterix (2,584:2,587). In kuadran V of this means that Dakota Cargo Cabang Jember ought to apply the stability strategy.

Pursuant to inferential result that Dakota Cargo Cabang Jember of strategy stipulating applied by Differentiation, market development, penetrating of market and strategy ekspansi.

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel-variabel yang menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), serta ancaman (*threat*) yang akan dihadapi oleh Dakota Cargo Cabang Jember dan menentukan strategi pemasaran yang tepat bagi Dakota Cargo Cabang Jember untuk menghadapi persaingan yang ada.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan suatu penelitian yang bersifat menggambarkan secara sistematis mengenai fakta-fakta, situasi dan aktivitas dari obyek yang diteliti dengan tujuan menggambarkan sifat tertentu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. Sampel dalam penelitian ini adalah responden yang pernah memanfaatkan jasa Dakota Cargo Cabang Jember minimal 3 kali. Penelitian ini mengambil 55 sampel, 5 dari internal perusahaan dimana para responden adalah para karyawan dan 50 dari eksternal perusahaan yaitu para konsumen. Penelitian ini dilaksanakan dengan periode waktu penelitian adalah bulan Oktober sampai dengan Desember 2007. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan adalah uji instrumen data dan analisis SWOT

Hasil analisis data menunjukkan bahwa berdasarkan klasifikasi pada tabel IFAS dan EFAS diketahui bahwa skor untuk faktor strategis internal sebesar 2,854. Sedangkan skor total untuk faktor eksternal sebesar 2,587. Dalam matrik Internal – Eksternal (IE Matrik) didapatkan posisi Dakota Cargo Cabang Jember Jember yaitu berada pada kuadran V yang bertanda asterix (2,584:2,587). Dalam kuadran V ini berarti bahwa Dakota Cargo Cabang Jember Jember seharusnya menerapkan strategi stabilitas.

Berdasarkan hasil dapat disimpulkan bahwa Dakota Cargo Cabang Jember Jember penetapan strategi yang diterapkan adalah differensiasi (*Differentiation*), pengembangan pasar (*Market Development*), penetrasi pasar dan strategi ekspansi.

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Pernyataan.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Persembahan.....	iv
Halaman Motto.....	v
Abstraksi.....	vi
<i>Abstract</i>	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi.....	x
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
BAB.1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	2
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	2
1.3.1 Tujuan Penelitian	2
1.3.2 Manfaat Penelitian	3
BAB. 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Kajian Teoritis	4
2.1.1 Pengertian Pemasaran	4
2.1.2 Pengertian Dan Konsep Pemasaran	4
2.1.3 Alternatif Strategi Utama	5
2.1.4 Alternatif Strategi Pemasaran	7
2.1.5 Strategi Pemasaran Bersaing	8
2.1.6 Konsep dan Pengertian Jasa	13
2.1.7 Karakteristik Jasa	14
2.1.8 Bauran Pemasaran Jasa	15
2.1.9 Berbagai Faktor Yang Mendorong Pertumbuhan Bisnis Jasa ...	16
2.1.10 Pengertian Analisis SWOT	17
2.1.11 Komponen Analisis SWOT	18
2.2 Kajian Empiris	19
2.3 Kerangka Konseptual.....	20
BAB. 3 METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Rancangan Penelitian	22
3.2 Populasi dan Sampel	22

3.2.1	Populasi	22
3.2.2	Sampel	22
3.3	Jenis dan Sumber Data	23
3.3.1	Jenis Data	23
3.3.2	Sumber Data	23
3.4	Definisi Operasional Variabel	23
3.5	Uji Instrumen Data	25
3.5.1	Uji Validitas	25
3.5.2	Uji Reliabilitas	26
3.6	Analisis Deskriptif	27
3.7	Metode Analisis Data	27
3.7.1	Analisis SWOT	27
3.7.2	Penentuan Struktur dengan Metode SWOT	31
3.8	Kerangka Pemecahan Masalah	32
BAB. 4	HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.1.1	Sejarah Singkat DAKOTA CARGO Cabang Jember	35
4.1.2	Filosofi Perusahaan	35
4.1.3	Struktur Organisasi	36
4.1.4	Jenis Pelayanan	37
4.1.5	Karakteristik Responden	38
4.2	Analisis Data.....	40
4.2.1	Uji Instrumen Data	43
4.2.2	Analisis Deskriptif	43
4.2.3	Mengidentifikasi Faktor Strategi Perusahaan	47
4.2.4	Menentukan Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman	55
4.2.5	Penentuan Strategi Internal dan Eksternal	58
4.2.6	Penentuan Posisi Perusahaan	66
4.2.7	Menentukan Alternatif Strategi	68
4.2.8	Implementasi Strategi	70
4.2.9	Penentuan Strategi Terbaik	73
BAB. 5	SIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1	Simpulan	75
5.2	Saran	76
DAFTAR PUSTAKA		