



**PENENTUAN ALTERNATIF STRATEGI
PEMASARAN DENGAN ANALISIS SWOT PADA
PERUSAHAAN KERIPIK BUAH “INTI RASA” DI
KABUPATEN BLITAR**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat guna
memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Oleh

Anis Dewi Riskasari
NIM 030810291002

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2007**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Anis Dewi Riskasari
N I M : 030810291002
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : PENENTUAN ALTERNATIF STRATEGI
PEMASARAN DENGAN ANALISIS SWOT
PADA PERUSAHAAN KERIPIK BUAH "INTI
RASA" DI KABUPATEN BLITAR

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata di kemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 2007

Anis Dewi Riskasari

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENENTUAN ALTERNATIF STRATEGI
PEMASARAN DENGAN ANALISIS SWOT PADA
PERUSAHAAN KERIPIK BUAH “INTI RASA” DI
KABUPATEN BLITAR

Nama Mahasiswa : Anis Dewi Riskasari
NIM : 030810291002
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Didik Pudjo M, MS
NIP. 131 627 513

Ika Barokah SE,MM
NIP. 132 304 454

Koor.Prog.Studi

Dr. Hari Sukarno, MM
NIP. 131 759 761

PERSEMBAHAN

Orang tuaku tercinta Suyono dan Sudarti, terima kasih
untuk doa, pengorbanan serta pengertiannya. May
be...you're not the perfect parent in the world, but I
never to change you with some one else.

I Luv U....

Bapak dan ibu dosen yang telah memberikan ilmu dan
membimbing dengan penuh kesabaran dan penuh keiklasan

Keluargaku, sahabatku yang turut mambantu memberikan
dorongan semangat segenap hati

Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember

MOTTO

“ Ilmu adalah senjata, sabar adalah kekuatannya, kejujuran adalah penolongnya, kebahagiaan adalah sholat, mencari ilmu itu wajib bagi Muslimin dan Muslimat ”

(Hadits Nabi Muhammad SAW)

Yang paling dekat dengan kita adalah masa ajal, sedangkan yang paling jauh adalah cita-cita

(socrates)

Kebijaksanaan tidak lagi menjadi kebijaksanaan, apabila kita tidak terlalu angkuh untuk melihat orang lain, terlalu malu untuk menangis & terlalu egois untuk tertawa

(Kahlil Gibran)

Orang pesimis melihat kesulitan di setiap peluang, sementara orang optimis melihat peluang di setiap kesulitan

(nozz)

Ojo rumongso biso, nanging iso'o ngrumangsani

(Ruwidi)

ABSTRAKSI

Judul penelitian ini adalah “Penentuan Alternatif Strategi Pemasaran Dengan Analisis SWOT Pada Perusahaan Keripik Buah INTI RASA di Kabupaten Blitar”. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), ancaman (*threat*) pada Perusahaan INTI RASA serta untuk menentukan alternatif strategi pemasaran yang tepat bagi Perusahaan INTI RASA.

Penelitian ini dilakukan secara deskriptif, dimana meninjau keadaan pelaksanaan strategi pemasaran pada Perusahaan INTI RASA di Kabupaten Blitar dan kemudian dianalisis lebih lanjut menggunakan analisis matrik *Strength, Weakness, Opportunity, Threat* (SWOT). Dalam pelaksanaannya, penulis memperoleh data berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dan hasil wawancara dengan mengajukan pertanyaan kepada pihak yang berkaitan langsung dengan masalah yang diteliti, yaitu pimpinan dan bagian-bagian yang mempunyai hubungan langsung dengan segala kegiatan Perusahaan Keripik Buah INTI RASA. Selain itu penulis juga melakukan observasi yaitu dengan cara mengumpulkan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap kegiatan yang ada pada perusahaan yang bersangkutan dan mencatat secara sistematis terhadap obyek yang diteliti.

Dari pengolahan data secara kualitatif sesuai informasi dari obyek yang diteliti dengan menggunakan analisis matrik *Strength, Weakness, Opportunity, Threat* (SWOT), maka dapat diketahui bahwa Perusahaan Keripik Buah INTI RASA berada pada Kuadran IV yaitu pada posisi *stabilitas* yang mengartikan bahwa perusahaan harus mencari strategi yang tepat dalam pelaksanaan usaha. Strategi yang layak dipakai adalah strategi Stabilitas (*status quo*) dimana strategi yang ditetapkan tidak mengubah arah strategi sebelumnya yang telah diterapkan oleh Perusahaan Keripik Buah INTI RASA.

Dari hasil tersebut maka dapat dibuat saran yang mungkin bermanfaat dan dapat membantu pelaksanaan alternatif-alternatif strategi perusahaan antara lain strategi yang ditawarkan masih perlu dilakukan penelitian lanjut, tapi hasil penelitian ini merupakan pandangan bagi perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan. Selain itu pengembangan produk serta pengarahan kepada karyawan harus terus dilakukan agar eksistensi perusahaan tetap terjaga.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga dapat terselesaikannya skripsi yang berjudul **“Penentuan Alternatif Strategi Pemasaran Dengan Analisis SWOT Pada Perusahaan Keripik Buah INTI RASA Di Kabupaten Blitar”**. Penulisan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Meskipun demikian penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu tidak lupa saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bpk. Prof. DR. H. Sarwedi, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember
2. Bpk. Dr. Hari Sukarno, MM dan Drs. Didik Pudjo M,MS selaku ketua dan wakil Koordinator Program Studi Manajemen S1 Non Reguler Fakultas Ekonomi Universitas Jember
3. Bpk. Drs. Didik Pudjo M,MS selaku dosen pembimbing I dan Ibu Ika Barokah SE,MM selaku dosen pembimbing II atas segala kesabarannya dan keikhlasannya membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
4. Ayahanda Suyono dan Bundaku Sudarti tercinta yang telah memberikan kasih sayang, dukungan dan doanya sampai aku bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Adikku “Inggit” tersayang makasih ya semangatnya, tunggu aku di rumah kita berantem lagi yeeee..
6. Mommy qu tercinta yang telah banyak membantuku baik doa, cinta & materinya. Hehehe.....Makacih buanget
7. My Beloved Cristian “!dunK bEs@r”koe makacih y bwt dukungan N perhatiane plus pinjaman kmputernya (kecilin tu pyut, jo’ maem wae...!!!!)

8. Teman-teman kost ku, Konyel (temen sekamar+sodara yg selalu ngoceh 24 jam dlm shari, 7hr dlm sminggu pkoknya gak ada matinya dech), Melez yang suka gangguin orang gi tidur (maem yg banyak ye biar cpt ndut), DinBrodien (temen seperjuangan,MERDEKA...!!!!), DK yg selalu roadshow ma ArQ, Rizma (kaya'nya sama juga dech ma DK), Gesta (yg selalu on air tengah malem)
9. Konco2 kampuskoe Tisa Ndut yg sll nemenin q wira-wiri matur suwun bgt y slma ni dah ngasih smangat & sabar klo' q gi TEMOSI (tp ojo' manganae yo), B.Camat cepetan dislesein tu skripsine jngn di tinggal "bisnisae", Siska+Vina yg sdh kembali kehabitatnya sukses yee..Bams temen terbaikq makasih ya buat smua-muanya, Willy+Tio+Angga ojo' sue2 wis tuo rek, Di2K+Hamzah makacih ya buat bantuannya.
10. Mbak Rina (bu'kosQ) + koki handal (klo' msk bgi2 dunk..jngn cuman bau'nya doank yang mpe' atas).
11. Bapak/Ibu, Saudara/i yang telah memberikan waktunya untuk membantu terciptanya karya ini.

Meskipun demikian skripsi ini masih banyak kekurangan dan perlu kiranya untuk diperbaiki dan dikembangkan guna kesempurnaan tulisan ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan semua kritik dan saran pembaca untuk penyempurnaan dimasa mendatang.

Jember, 2007

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTO	v
HALAMAN ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pokok Permasalahan	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	5
2.2 Landasan Teori	5
2.2.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	5
2.2.2 Unsur-unsur Utama Pemasaran	6
2.2.3 Faktor-faktor Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	8
2.2.4 Pengertian Strategi	9
2.2.5 Strategi Pemasaran	10
2.2.6 Arti Manajemen Strategik	13

2.2.7 Manfaat Manajemen Strategik	14
2.2.8 Tingkatan Strategi	14
2.2.9 Tipe-tipe Strategi	15
2.2.10 Analisis SWOT.....	16
2.2.11 Hubungan analisis SWOT dengan Penetapan Strategi...	18
2.2.12 Kerangka Konseptual	20
III.METODE PENELITIAN	22
3.1 Rancangan Penelitian	22
3.2 Jenis dan Sumber Data	22
3.2.1 Jenis Data	22
3.2.2 Sumber Data	23
3.3 Populasi dan Sampel.....	23
3.3.1 Teknik Pengambilan Populasi.....	23
3.3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	23
3.4 Metode Analisis Data	23
3.4.1 Tahap Pengumpulan Data.....	24
3.4.2 Tahap Analisis Data.....	27
3.4 Kerangka Pemecahan Masalah	32
IV.HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	34
4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	34
4.1.2 Tujuan Perusahaan	34
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	35
4.2 Analisis Data dan Pembahasan	49
4.2.1 Identifikasi Faktor-faktor Strategis Perusahaan	49
4.2.1.1 Faktor Strategis Internal	49
4.2.1.2 Faktor Strategis Eksternal	52

4.2.3 Matriks SWOT	54
4.2.3.1 Hasil IFAS dan EFAS	57
4.2.3.2 Menentukan Strategi Global Perusahaan	59
4.2.3.3 Menentukan Alternatif Strategi Perusahaan ...	61
4.2.3.4 Menentukan Pilihan Alternatif Strategi Pemasaran Perusahaan	63
4.2.3.5 Menentukan Strategi Pemasaran Perusahaan ...	64
V. SIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Simpulan	66
5.2 Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	IFAS (Internal Strategic Factor Analisis Summary)	24
Tabel 3.2	EFAS (Eksternal Strategic Factor Analisis Summary) ...	25
Tabel 3.3	Matriks IE	27
Tabel 3.4	Matriks SWOT	30
Tabel 4.1	Jumlah Tenaga Kerja Perusahaan	41
Tabel 4.2	Perkembangan Harga Jual Keripik per Kg (Rp)	47
Tabel 4.3	Volume Penjualan Keripik.....	48
Tabel 4.4	Pemberian Nilai Bobot IFAS	55
Tabel 4.5	Pemberian Nilai Bobot EFAS	56
Tabel 4.6	IFAS (Internal Strategic Factor Analisis Summary)	57
Tabel 4.7	EFAS (Eksternal Strategic Factor Analisis Summary) ...	58
Tabel 4.8	Matriks SWOT	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Analisis SWOT.....	18
Gambar 2.2	Kerangka Konseptual	21
Gambar 3.1	Kerangka Pemecahan Masalah	32
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Perusahaan Keripik Buah INTI RASA Blitar	37
Gambar 4.2	Proses Produksi Perusahaan Keripik Buah INTI RASA Blitar	45
Gambar 4.3	Hasil IE Matriks	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 PDRB (%) Tahun 2003 sampai 2005 Kabupaten Blitar

Lampiran 2 Struktur Ekonomi Tahun 2003 sampai 2005 Kabupaten Blitar

Lampiran 3 Kuesioner

Lampiran 4 Tabel Data Hasil Kuesioner

Lampiran 5 Tabel Frekuensi