



**PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN PADA PERUSAHAAN  
PERDANA KOMPUTER DI BONDOWOSO**

**SKRIPSI**

**diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Ekonomi (S1)  
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi**

**Oleh :**

**INDRA BUDI CAHYONO**  
**NIM. 060810291100**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2011**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL**  
**UNIVERSITAS JEMBER — FAKULTAS EKONOMI**

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : INDRA BUDI CAHYONO  
NIM : 060810291100  
Jurusan : MANAJEMEN  
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN  
Judul Skripsi : PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN PADA  
PERUSAHAAN PERDANA KOMPUTER DI BONDOWOSO

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 03 Oktober 2011

Yang menyatakan,

INDRA BUDI CAHYONO

NIM 060810291100

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Penentuan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan Perdana  
Komputer Di Bondowoso  
Nama : Indra Budi Cahyono  
NIM : 060810291100  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Dosen Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Adi Prasodjo, Mp  
NIP. 1955016 1987 1 001

Drs. Sudaryanto, MBA, Phd  
NIP. 19660408 199103 1001

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Hj. Isti Fadah, MSi  
NIP. 19661020 199002 2 001

## JUDUL SKRIPSI

Penentuan Strategi pemasaran pada Perusahaan Perdana Komputer Di Bondowoso

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama Mahasiswa : INDRA BUDI CAHYONO

NIM : 060810291100

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal :

10 Oktober 2011

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

### Susunan Tim Penguji

Ketua : Dr. Bambang Irawan, MSi : .....  
NIP. 19610317 198802 1 001

Sekretaris : Drs. Sudaryanto, MBA, Phd : .....  
NIP. 19830912 200812 1 002

Anggota : Drs. Adi Prasodjo, Mp : .....  
NIP. 19540719 198211 1 001



Mengetahui,  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember  
Dekan,

Prof. Dr. H. Mohammad Saleh, M.Sc.  
NIP. 19560831 198403 1 002

## *PERSEMBAHAN*

*Alhamdulillah Subbhanallah... Akhirnya selesai juga satu langkah hidupku, semua ini tulus kupersembahkan sebagai bentuk tanggung jawab, pengabdian, ungkapan terima kasihku, hormat dan kasih sayangku kepada :*

- *Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW sebagai makna tujuan ibadahku.*
- *Kedua orang tuaku, ibuku Russana dan bapakku Achmad Kusnadi tercinta yang telah mendoakan, memberi kasih sayang dan pengorbanan selama ini, akan aku ingat selalu pesan dan impian engkau.*
- *Kakakku tercinta Lilik Dwi Ernawati yang slalu memberikan dukungan kepadaku slalu.*
- *Istriku yang paling aku cintai yang slalu mensupport dalam penyelesaian skripsi ini*
- *Temen-temen yang slalu memberiku semangat thanks guys aku sayang kalian.*
- *Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang kubanggakan.*

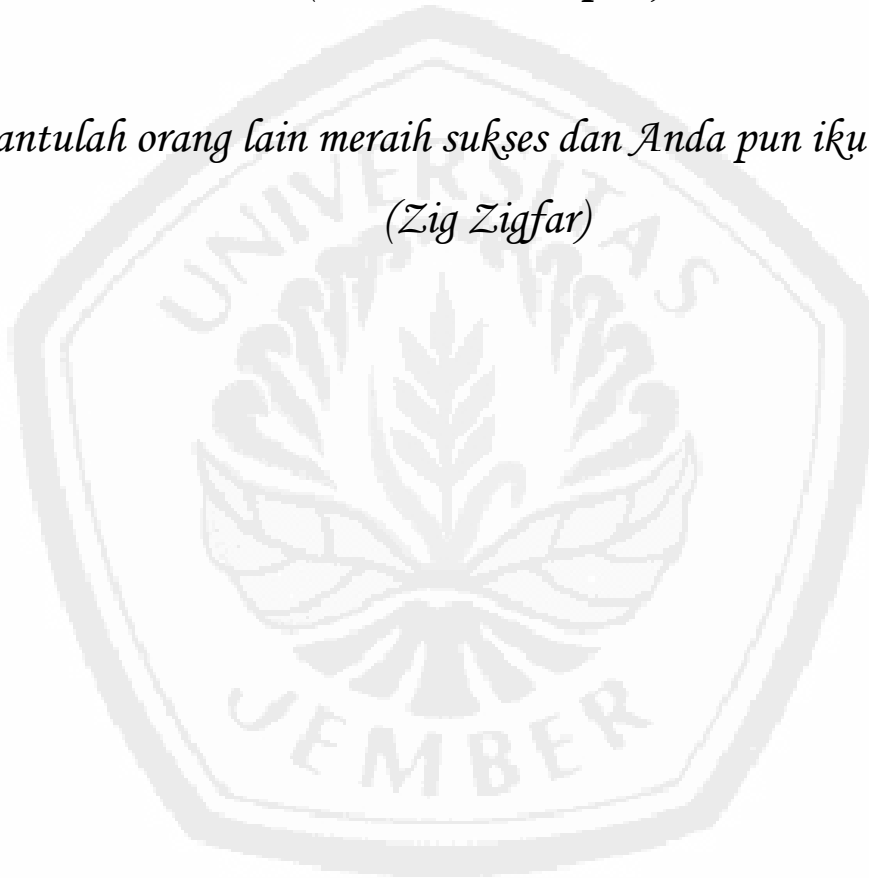
## MOTTO

*Begitu banyak hal indah yang dapat kita peroleh selama kita bersedia bekerja untuk mendapatkannya. Namun karena keraguan dan ketidaktahuan, kita telah kehilangan semua hal yang patut kita dapatkan.*

*(William Shakespeare)*

*Bantulah orang lain meraih sukses dan Anda pun ikut sukses.*

*(Zig Zigfar)*



## ABSTRAKSI

Perkembangan usaha dewasa ini terjadi sangat pesat. Hal ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya perusahaan yang berdiri, sehingga dunia usaha khususnya perusahaan jasa komputer telah menjadi ajang persaingan. Salah satunya perusahaan Perdana Komputer di Bondowoso, dari masalah tersebut maka peneliti bertujuan untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat pada perusahaan Perdana Komputer di Bondowoso.

Analisis faktor - faktor internal perusahaan akan mengetahui adanya kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada perusahaan. Selain itu perusahaan juga harus menganalisis faktor – faktor eksternal mengetahui peluang dan ancaman. Salah satu instrumen yang dapat di gunakan untuk menganalisis faktor – faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dengan tujuan untuk menghasilkan strategi pemasaran perusahaan adalah analisis SWOT.

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden yang ditunjuk maka kedua faktor strategi internal dan eksternal akan diketahui kekuatan yang dimiliki perusahaan dalam persaingan pasar bernilai lebih tinggi di bandingkan ancaman yang akan datang. Dapat ditarik kesimpulan bahwa dari hasil analisis SWOT perusahaan Perdana Komputer di Bondowoso berada pada posisi kuadran I yaitu kuadran yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif, maka strategi pemasaran yang tepat pada perusahaan Perdana Komputer di Bondowoso sebagai berikut 1) Pemberian pelayanan yang baik oleh karyawan terhadap konsumen agar konsumen merasa lebih nyaman untuk menggunakan jasa komputer di perusahaan Perdana Komputer. 2) Pemberian harga relatif murah agar konsumen lebih memilih perusahaan perdana komputer dalam penggunaan jasa komputer khususnya dan dalam perdagangan. 3) Meningkatkan kinerja promosi sehingga konsumen lebih mengenal perusahaan Perdana Komputer.

Kata kunci :

- Analisis kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan YME yang telah melimpahkan rahmat dan hidayat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Dalam menyusun skripsi ini, penulis memperoleh bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Mohamad Saleh, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Drs. Adi Prasodjo, MP selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Drs, Sudaryanto, MBA, PhD selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf pengajar serta karyawan di Fakultas Ekonomi Universitas Jember atas ilmu dan bantuan yang diberikan selama ini.
6. Pihak Perusahaan Perdana Komputer yang telah bersedia untuk dijadikan objek penelitian.
7. Rekan-rekan Manajemen angkatan 2006 dan pihak lain yang banyak memberikan bantuan dalam penulisan laporan ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan oleh penulis demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini berguna bagi kita semua.

Jember, 2011

Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>ABSTRAKSI</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB 1 : PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	3
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	3
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	3
<b>BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori .....	4
2.1.1 Konsep Strategi dan Manajemen Strategi .....	4
2.1.2 Strategi Pemasaran Perusahaan .....	10
2.1.3 Langkah-langkah Menentukan Strategi Pemasaran dengan Analisis SWOT .....	17
2.2 Kerangka Konseptual .....	24
<b>BAB 3 : METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Rancangan Penelitian .....	25
3.2 Jenis Dan Metode Pengumpulan Data.....	25
3.2.1 Jenis Data .....	25

3.2.2 Metode Pengumpulan Data .....	26
3.3 Metode Analisis Data .....	27
3.3.1 Mengidentifikasi Faktor Strategi Perusahaan .....	27
3.3.2 Penentuan Posisi Perusahaan .....	29
3.3.3 Menentukan Strategi Perusahaan .....	31
3.3.4 Menentukan Alternatif Strategi Pemasaran Perusahaan .....	33
3.3.5 Menentukan Pilihan Strategi Pemasaran Perusahaan .....	33
3.4 Kerangka Pemecahan Masalah .....	34
<b>BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Perdana komputer .....	36
4.1.1 Sejarah Singkat.....	36
4.1.2 Struktur Organisasi .....	36
4.1.3 Personalia .....	39
4.1.4 Aspek-Aspek Fungsi Operatif.....	40
4.1.4.1 Aspek Pemasaran .....	41
4.1.4.2 Aspek Sumber Daya Manusia .....	44
4.1.4.3 Aspek Keuangan .....	45
4.2 Analisis Data .....	46
4.2.1 Faktor Strategis Internal .....	46
4.2.2 Faktor Strategi Eksternal .....	47
4.2.3 Penentuan Posisi Bisnis Perusahaan .....	50
4.2.4 Penentuan Strategi Perusahaan .....	53
4.2.5 Penentuan Alternatif Strategi Pemasaran .....	56
4.2.6 Pilihan Strategi Pemasaran .....	56
<b>BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	58
5.2 Saran .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN 1 .....</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN 2.....</b>	<b>62</b>

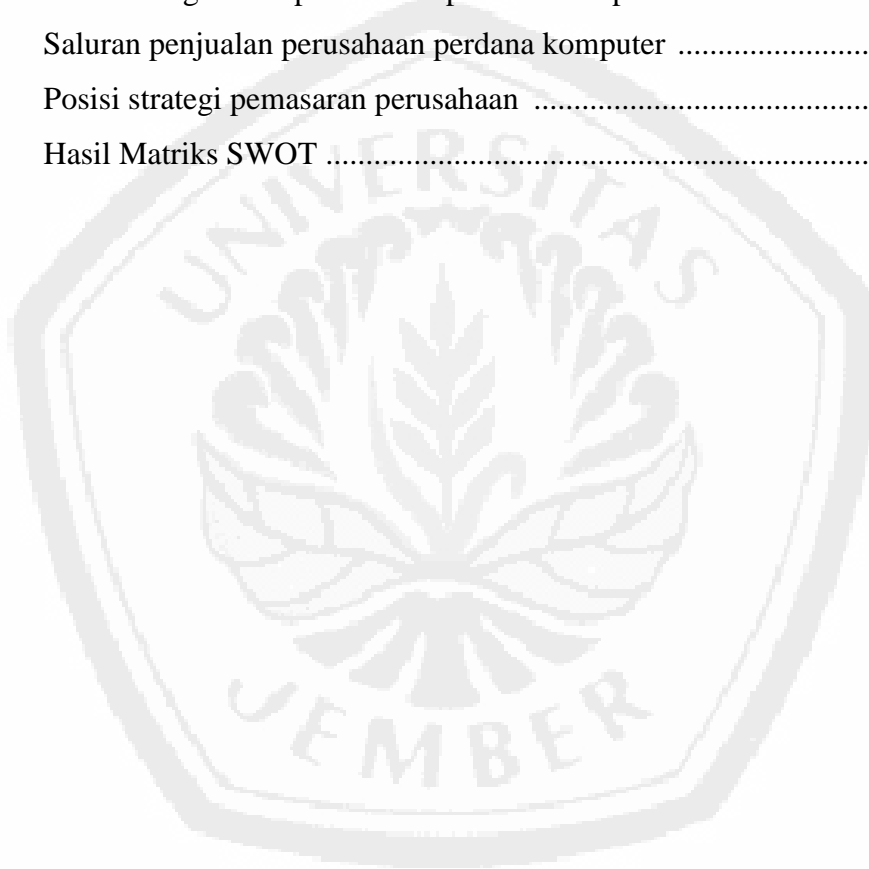
## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel	
4.1 Jadwal kerja karyawan perusahaan perdana komputer .....	40
4.2 Daftar harga perusahaan perdana komputer.....	43
4.3 Daftar jumlah tenaga kerja .....	44
4.4 Laporan hasil penjualan perusahaan perdana komputer .....	45
4.5` Faktor – faktor strategi internal.....	51
4.6 Faktor – faktor strategi eksternal .....	53



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar	
2.1 Kerangka Konseptual .....	24
3.1 Diagram Analisis SWOT .....	29
3.2 Matriks SWOT .....	32
3.3 Kerangka pemecahan masalah .....	34
4.1 Struktur organisasi perusahaan perdana komputer .....	38
4.2 Saluran penjualan perusahaan perdana komputer .....	42
4.3 Posisi strategi pemasaran perusahaan .....	53
4.4 Hasil Matriks SWOT .....	54



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	halaman
1. Daftar pertanyaan dan jawaban faktor internal .....	61
2. Daftar pertanyaan dan jawaban faktor eksternal .....	61
Lampiran 2	
Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang .....	62



## BAB I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

“Era industri akhir – akhir ini berganti dari era fisik, menjadi era informasi. Dimana kecepatan menjadi kunci utama. Jika selama tahun 1980-an orang bicara mutu, kemudian pada tahun 1990-an orang bicara kecepatan” (Bill Gates, 2001). Kecepatan dalam mengakses informasi dan pelayanan dalam memperoleh data yang diinginkan dengan menggunakan teknologi yang umum pada saat ini menjadikan suatu sarana untuk memenangkan persaingan. Di tengah cepatnya perubahan teknologi informasi, di mana manusia menjadi semakin emosional dan kecerdasan emosional lebih unggul dari *inteligence quotient*. Kini teknologi informasi menjadi hal yang tidak eksklusif lagi. Hampir semua orang tergoda untuk menggunakan media komputer untuk suatu kepentingan, namun keterbatasan ilmu pengetahuan dan faktor ekonomi menyebabkan orang memilih untuk menggunakan jasa komputer.

Konsep pemasaran menyatakan bahwa pencapaian tujuan organisasi tergantung kemampuan sebuah perusahaan memahami kebutuhan dan keinginan pasar sasaran, dan mampu memenuhinya secara lebih efektif dan efisien dibandingkan pesaing (Sitinjak, Durianto, Sugiarto dan Yunarto, 2004:1). Untuk itu diperlukan cara berfikir seperti konsumen. dan tentunya diikuti dengan strategi pemasaran yang baik. Strategi pemasaran yang baik harus mengandung sembilan elemen yaitu: segmentasi, targeting, positioning, diferensiasi, marketing mix, (product, price, place, promotion), selling, brand, service, proses” (Kertajaya 2004:7). Suatu produk merek atau pun perusahaan akan memiliki keunggulan bersaing yang bagus kalau produk, merek ataupun perusahaan tersebut mampu membangun kesembilan elemen pemasaran tersebut secara baik.

Dalam penyusunan sebuah strategi diperlukan informasi yang baik dan lengkap. Informasi tentang keadaan internal perusahaan dan keadaan diluar perusahaan yang disajikan harus lengkap cepat dan akurat. Semua sumber daya yang ada di dalam perusahaan dan keadaan lingkungan baik makro maupun mikro diluar perusahaan yang berpengaruh terhadap kalangsungan perusahaan harus

dapat teridentifikasi secara lengkap dan akurat informasi sebagai dasar penyusunan strategi. Kelengkapan, kecepatan dan keakuratan informasi tersebut memungkinkan penyusunan strategi sesuai dengan kondisi yang ada dan sedang terjadi didalam maupun diluar perusahaan.

Perusahaan Perdana Komputer Bondowoso merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa komputer dan melayani penjualan berbagai komputer dan komponennya. Dalam menjalankan usahanya perusahaan ini tidak sendiri tetapi banyak pesaing yang bermunculan, diantaranya perusahaan Wan Studio, V<sup>2</sup>, Azka com, dll . Kondisi ini berpengaruh pada perubahan pangsa pasar sehingga mendorong perusahaan untuk melakukan suatu riset pasar guna memperoleh informasi yang akurat tentang variabel yang berpengaruh terhadap keberhasilan bisnis komputer. Informasi tersebut diharapkan dapat membantu pihak perusahaan perdana komputer dalam menentukan strategi pemasaran yang efektif dan akurat, sehingga akan mendorong pertumbuhan usahanya serta jaringan pemasaran yang baik.

## **1.2 Pokok Permasalahan**

Perusahaan “Perdana Komputer” Bondowoso adalah merupakan perusahaan perseorangan, dan juga industri rumah tangga. Perusahaan ini berlokasi di Jl.Raya Tamanan No.19 Bondowoso. Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa komputer, perusahaan ini berkompetisi dengan para pesaingnya guna meningkatkan penjualan. Strategi pemasaran yang belum tepat dan terarah yang dilakukan saat ini guna mendukung peningkatan penjualan pada perusahaan “Perdana Komputer” Bondowoso.

Mengacu pada masalah tersebut, maka pokok permasalahan penelitian ini adalah bagaimana menganalisis lingkungan persaingan menentukan strategi pemasaran yang tepat pada perusahaan “Perdana Komputer” Bondowoso?