



**ALTERNATIF STRATEGI PEMASARAN
ROKOK DJARUM BLACK
DI JEMBER**

SKRIPSI

Oleh :
CHRISTIE ASMARA SOEBARDJA
NIM : 050810291189

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2011**



**ALTERNATIF STRATEGI PEMASARAN
ROKOK DJARUM BLACK
DI JEMBER**

SKRIPSI

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

Oleh :
CHRISTIE ASMARA SOEBARDJA
NIM : 050810291189

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2011**

SURAT PERNYATAAN

Judul skripsi : Alternatif Strategi Pemasaran Rokok Djarum *Black* Di Jember
Nama mahasiswa : Christie Asmara Soebardja Hadi Saputra
Nim : 050810291189
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

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 sebenar- benarnya.

Jember, 25 Januari 2011

Yang menyatakan,

Christie Asmara S.H.S
NIM. 050810291189

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul skripsi : Alternatif Strategi Pemasaran Rokok Djarum *Black* Di Jember
Nama mahasiswa : Christie Asmara Soebardja Hadi Saputra
Nim : 050810291189
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Disetujui tanggal :

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MsM

NIP 196004131986031002

Dra. Hj. Sudarsih, M.Si

NIP 196212121992012001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si
NIP 196610201990022001

HALAMAN PERSEMBAHAN

Terima kasih Ya Allah SWT, Alhamdulillah.... dengan izin-Mu dan kebesaranMU, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Karya awalku ini saya dedikasikan kepada :

- 1. Almamaterku Tercinta Fakultas Ekonomi Universitas Jember, tempatku mencari ilmu dan menjadikan pribadiku lebih baik.*
- 2. Kedua orangtuaku Didik Soebardja (Alm) dan Snyasmi yang selalu mendukung dan berdoa untukku.*
- 3. Adekku Erna Christantie Soebardja terima kasih atas semangat yang telah di berikan.*
- 4. My Sweety Honey DAU terima kasih atas segala bantuan dan dukungannya.*
- 5. Teman-teman manajemen 2005..... Terima kasih untuk kalian semua.*
- 6. Almamaterku tercinta, tempatku mencari ilmu dan menjadikan pribadiku lebih baik.*

MOTTO

Jadikan sholat dan sabar sebagai penolongmu
Sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat,
Kecuali bagi orang-orang yang khusuk
(QS. Al Baqorah : 45)

Semua orang di dunia menyukai yang serba baik,
Dari itu biasakanlah memberi yang terbaik dan
Tingkatkan terus agar Bisa memberi yang
Terbaik
(Christie Asmara Soebardja)

Be Yourself.....
(Me...)

Sukses tidak ada yang gratis
Sukses harus dibgali dengan perjuangan
Dan
Pengorbanan

ABSTRAKSI

Penelitian ini akan dibahas masalah Alternatif Strategi Pemasaran Rokok Djarum *Black* di Jember yang bertujuan untuk mengidentifikasi variabel-variabel yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh P.T Djarum *Black* di Jember serta mengetahui strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Treath*). Dalam menetapkan strategi pemasaran pada perusahaan digunakan metode Analisis SWOT yaitu dengan menentukan faktor strategis perusahaan, kemudian diolah ke dalam tabel IFAS dan EFAS, serta adanya uji validitas dan reliabilitas untuk mendapatkan pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (Reliable). Populasi dan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu 50 responden, dimana terdiri dari 25 responden Internal dan 25 responden Eksternal perusahaan. Data dari internal perusahaan diantaranya penyebaran kuesioner pada pimpinan dan karyawan perusahaan, sedangkan dari eksternal perusahaan mencakup konsumen secara umum. Berdasarkan hasil pengolahan data yaitu IE Matriks yang mengacu pada perhitungan tabel IFAS dan EFAS menunjukkan P.T Djarum *Black* Jember berada pada kuadran IV, dimana pada kuadran tersebut perusahaan menerapkan strategi stabilitas. Dalam artian strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang ditetapkan. Untuk langkah selanjutnya, perusahaan dapat menerapkan strategi penguatan merek produk dan pemosisian ulang merek produk.

Kata kunci : SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Treath*), IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*), EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*), IE Matrix (*Internal-Eksternal Matrix*)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Alternatif Strategi Pemasaran Rokok Djarum *Black* di Jember". Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata Satu (SI) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, masukan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
2. Ibu Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi;
3. Bapak Prof. Dr. H. R Andi Sularso MsM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah senantiasa meluangkan waktu, pikiran tenaga, dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
4. Ibu Dra. Hj. Sudarsih M.Si , selaku Dosen Pembimbing II yang telah senantiasa meluangkan waktu, pikiran tenaga, dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
5. Seluruh Dosen Pengajar serta Karyawan dan Karyawati di Fakultas Ekonomi atas keikhlasan hati yang telah memberikan Ilmunya;
6. Pihak PT. Djarum *Black*, Jember terima kasih atas izin dan semua bantuan yang telah diberikan sealam melakukan penelitian;
7. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tuaku yang selalu memberiku cinta, kasih, sayang, perhatian, serta do'a yang tulus. Aku bangga bisa hadir diantara kalian;
8. Adekku "Erna Christantie Soebardja" semoga kita selalu rukun dan bahagia serta dapat membuat orang tua kita bangga atas prestasi yang kita raih dan semoga kita bisa memberikan yang terbaik untuk hidup kita dan kedua orang tua kita, Amin;
9. Keluarga besarku, terima kasih banyak atas doa, perhatian, dan dukungannya selama ini;
10. Almamaterku Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang aku banggakan

11. Semua angkatan Fakultas Ekonomi NR
12. Anak- anak parkiran, terima kasih telah menjaga kuda besiku
13. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu;

Akhirnya, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan dapat menjadi sumber ide bagi penyempurnaan tulisan dengan tema-tema serupa dimasa yang akan datang.

Jember, 04 Februari 2011

Penulis,

(Christie A.S.H.S)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
1.4 Batasan Masalah	4

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Sebelumnya.....	5
2.2 Kajian Teoritis.....	7
2.2.1 pengertian pemasaran.....	7
2.2.2 pengertian strategi pemasaran.....	8
2.2.3 arti penting strategi.....	9
2.2.4 alternatif strategi utama.....	10
2.2.5 alternatif strategi pemasaran	12
2.2.6 kegunaan manajemen strategi	14
2.2.7 pentingnya manajemen strategi.....	15
2.2.8 perencanaan strategis	16
2.2.9 penyusunan strategi pemasaran.....	20
2.2.10 analisis SWOT	20
2.2.11 hubungan analisis SWOT.....	22

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	24
3.2 Populasi dan Sampel	24
3.3 Jenis Data	25
3.4 Metode Pengumpulan Data	25
3.5 Definisi Operasional Variabel	26
3.6 Metode Analisis Data	27
3.6.1 uji validitas	27
3.6.2 uji realibilitas	27
3.6.3 menentukan matrik IFAS dan EFAS	28
3.7 Kerangka Pemecahan Masalah	33

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	35
4.1.1 Gambaran Umum perusahaan	35
4.1.2 Struktur Organisasi.....	40
4.1.3 Personalia	44
4.1.4 Produk Perusahaan	44
4.1.5 Kegiatan Pemasaran	46
4.1.6 Pesaing Perusahaan	47
4.1.7 Ideologi Perusahaan	48
4.1.8 Deskripsi Responden	48
4.2 Hasil Analisa Dan Pembahasan	52
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Penelitian.....	52
4.2.2 Hasil Analisis SWOT	54
4.2.3 Penentuan Posisi Perusahaan.....	59
4.2.4 Menentukan Strategi Perusahaan	61
4.4.5 Pembahasan	63

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan 66

5.2 Saran 66

DAFTAR PUSTAKA 68

LAMPIRAN- LAMPIRAN 69

DAFTAR TABEL

2.1	Perbedaan Antara Penelitian Sebelumnya Dengan Sekarang.....	6
3.1	IFAS (Internal Factor Analysis Summary)	28
3.2	EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)	29
4.1	Jumlah Tenaga Kerja	44
4.2	Volume Penjualan Dalam Satuan Press	47
4.3	Volume Penjualan Dalam Satuan Rupiah	47
4.4	Distribusi Responden Internal Menurut Usia	49
4.5	Distribusi Responden Eksternal Menurut Usia.....	49
4.6	Distribusi Responden Internal Menurut Jenis Kelamin	50
4.7	Distribusi Responden Eksternal Menurut Usia.....	50
4.8	Distribusi Responden Internal Menurut Jenjang Pendidikan.....	50
4.9	Distribusi Responden Eksternal Menurut Jenjang Pendidikan.....	51
4.10	Distribusi Responden Internal Menurut Lama Kerja.....	51
4.11	Distribusi Responden Internal Menurut Frekuensi Pembelian.....	52
4.12	Hasil Uji Validitas.....	53
4.13	Hasil Uji Reliabilitas.....	53
4.14	Nilai Bobot Untuk IFAS.....	55
4.15	Hasil IFAS.....	56
4.16	Nilai Bobot Untuk EFAS.....	58
4.17	Hasil EFAS.....	58
4.18	Diagram Matrik SWOT.....	63

DAFTAR GAMBAR

2.1	Proses Perencanaan Strategis	19
3.2	Internal Eksternal Matriks.....	31
3.3	Kerangka Pemecahan Masalah	33
4.1	Struktur Organisasi PT. Djarum <i>Black</i> Jember	42
4.2	Hasil IE Matriks	60

DAFTAR BAGAN

Bagan 3.1 model matriks analisis SWOT	32
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Tabel IFAS	69
Lampiran 2 : Tabel EFAS	70
Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas	71
Lampiran 4 : Hasil Uji Reliabilitas	73
Lampiran 5 : Distribusi Frekuensi	77
Lampiran 6 : Kuisisioner Penelitian	81