



**PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN ANALISIS
SWOT PADA PT FISHINDO KUSUMA SEJAHTERA
MUNCAR BANYUWANGI**

SKRIPSI

Oleh.

**DENI HAMZAH
NIM 050810291213**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2010**



**PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN ANALISIS
SWOT PADA PT FISHINDO KUSUMA SEJAHTERA
MUNCAR BANYUWANGI**

SKRIPSI

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

Oleh.

**DENI HAMZAH
NIM 050810291213**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2010**

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

SURAT PERNYATAAN

Nama : DENI HAMZAH
NIM : 050810291213
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : M.Pemasaran
Judul : PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN
ANALISIS SWOT PADA PT. FISHINDO KUSUMA
SEJAHTERA MUNCAR BANYUWANGI

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

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 13 Desember 2010

nyatakan,



DENI HAMZAH

NIM : 050810291213

JUDUL SKRIPSI

PENENTUAN STRATEG PEMASARAN BERDASARKAN ANALISIS SWOT PADA PT. FISHINDO KUSUMA SEJAHTERA MUNCAR BANYUWANGI

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama Mahasiswa : DENI HAMZAH

NIM : 050810291213

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji pada tanggal :

16 Desember 2010

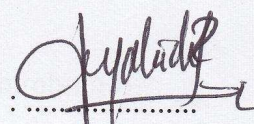
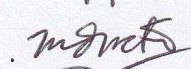

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Susunan Tim Penguji

Ketua : Dr. Deasy Wulandari, SE,M.Si
NIP. 19730908 200003 2 001

Sekretaris : Tatok Endhiarto, SE,M.Si
NIP. 19600404 198902 1 001

Anggota : Dra. Hj. Diah Yulisetiari, M.Si
NIP. 19610729 198603 2 001


.....

.....

.....



Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,



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

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Penentuan Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT Pada PT. Fishindo Kusuma Sejahtera Muncar, banyuwangi
Nama Mahasiswa : Deni Hamzah
NIM : 050810291213
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

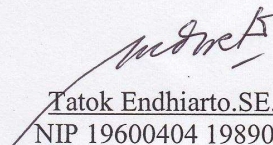
Dosen Pembimbing

Pembimbing I,



Dra. Hj. Diah Yulisetiari, M.Si
NIP. 19610729 198603 1 002

Pembimbing II,



Tatok Endhiarto, SE., M.Si.
NIP 19600404 198902 2 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Dra. Hj. Diah Yulisetiari, M.Si
NIP. 19610729 198603 1 002



PERSEMBAHAN

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

- 1. Alamamaterku Tercinta Fakultas Ekonomi Universitas Jember.*
- 2. Kedua orangtuaku H. Abdur Rosyid dan Hj.Hozeimah yang selalu mendukung dan berdoa untukku.*
- 3. Kakak-adekku Faisol dan Fawaid terima kasih atas semangat yang kalian berikan.*
- 4. My Sweety Honey U² terima kasih atas segala bantuan dan dukungannya.*
- 5. Teman-teman manajemen 2005..... Terima kasih untuk kalian semua.*

MOTTO

Hadapi masa lalu tanpa penyesalan. Hadapi hari ini dengan tegar dan percaya diri. Siapkan masa depan dengan rencana yang matang dan tanpa rasa khawatir.

(Hary Tanoesoedibjo)

**Orang-orang yang berhenti belajar akan menjadi pemilik masa lalu. Orang-orang yang masih terus belajar, akan menjadi pemilik masa depan
(Mario Teguh)**

people who succeed are those that have a strategy and purpose in life
(Deni Hamzah)

Be Yourself.....

(Me..)

ABSTRAKSI

Dalam penelitian ini akan dibahas masalah penetapan strategi pemasaran dengan berdasarkan data internal dan eksternal perusahaan. Strategi pemasaran merupakan salah satu cara untuk mendukung program pemasaran guna mencapai tujuan pemasaran yaitu mencari laba dan mencari kepuasan konsumen. Tujuan penulisan skripsi ini adalah menetapkan strategi pemasaran yang tepat pada PT. Fishindo Kusuma Sejahtera Muncar, Banyuwangi.

Dalam menetapkan strategi pemasaran pada perusahaan digunakan metode analisis SWOT yaitu dengan menentukan faktor strategis perusahaan, kemudian diolah kedalam tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*). Data dari internal perusahaan diantaranya penyebaran kuisioner pada pimpinan perusahaan dan karyawan perusahaan. Sedangkan dari eksternal perusahaan mencakup peluang dan ancaman, data yang diperoleh dari para konsumen PT. Fishindo Kusuma Sejahtera Muncar, Banyuwangi. Hasil dari IFAS dan EFAS tersebut digunakan untuk menentukan posisi perusahaan. Setelah diketahui posisi kuadran perusahaan, maka digunakan analisis SWOT sehingga dapat ditentukan kebijakan dan strategi yang harus dilakukan oleh PT. Fishindo Kusuma Sejahtera Muncar, Banyuwangi.

Berdasarkan hasil pengolahan data yaitu IE Matriks yang mengacu pada tabel IFAS dan EFAS menunjukkan bahwa PT. Fishindo Kusuma Sejahtera Muncar, Banyuwangi berada pada kuadran V yang berarti strategi pemasaran secara global yang sebaiknya diterapkan oleh perusahaan adalah strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal (strategi stabilitas).

Berdasarkan kesimpulan yang ada maka saran yang bermanfaat dan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi pihak manajemen pada PT. Fishindo Kusuma Sejahtera Muncar, Banyuwangi adalah melakukan perbaikan dan peningkatan dalam hal jenis usaha dan variasi produk, menerapkan alternatif strategi pengembangan produk (*product development*), Perbaikan manajemen terutama dalam hal pengambilan keputusan.

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 "Penentuan Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT Pada PT. Fishindo Kusuma Sejahtera Muncar, Banyuwangi". 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 Dra. Hj. Diah Yulisetiarni, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I yang telah senantiasa meluangkan waktu, pikiran tenaga, dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
3. Bapak Tatok Endhiarto, SE M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah senantiasa meluangkan waktu, pikiran tenaga, dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
4. Seluruh Dosen Pengajar di Fakultas Ekonomi atas keikhlasan hati yang telah memberikan Ilmunya;
5. Pihak PT. Fishindo Kusuma Sejahtera Muncar, Banyuwangi terima kasih atas izin dan semua bantuan yang telah diberikan sealam melakukan penelitian;
6. 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;
7. Kakak-adekku "Faisol dan Fawaid" 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;

8. Keluarga besarku, terima kasih banyak atas do'a, perhatian, dan dukungannya selama ini;
9. Buat Sayangku terCinta "Weni Wulandari" selama ini sudah memberikan Do'a, kasih sayang dan dukungannya yang tiada henti-hentinya, agar aku tetap semangat untuk mengerjakan Skripsiku ini...."thank you so mach honey".
10. Teman-teman seperjuanganku Andy, Amrul, Bayu, Wahyu, labib, Andika, Sigit, Tantok, Nuri, Buckhory, Saipul, Lilik & Elok yang sudah menjadi teman diwaktu aku duduk dibangku kuliah dan semoga sukses dalam meraih semua cita-cta;
11. 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, 6 Desember 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pokok Masalah	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	3
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Landasan Teori	5
2. 1. 1 Konsep Strategi	5
2. 1. 2 Alternatif-Alternatif Strategi	9
2. 1. 3 Pilihan Strategi	10
2. 1. 4 Menentukan Strategi perusahaan	10
2. 1. 5 Strategi Pemasaran	13
2. 1. 6 Menentukan Strategi Pemasaran	15
2.2. Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya	21
2.3. Kerangka Konseptual	22
BAB 3. METODE PENELITIAN	25
3.1 Rancangan Penelitian	25
3.2 Populasi dan Sampel	25
3.3 Jenis dan Sumber data	26
3. 3. 1 Jenis Data	26

3. 3. 2 Metode Pengumpulan Data	27
3.4 Metode Analisis Data	27
3. 4. 1 Mengidentifikasi Faktor Strategi Perusahaan.....	27
3.5 Uji Instrumen	34
3. 5. 1 Uji Validitas.....	34
3. 5. 2 Uji Reliabilitas.....	34
3.6 Menentukan Alternatif Strategi Perusahaan.....	34
3.7 Menentukan Strategi Pemasaran Perusahaaa.....	36
3.8 Kerangka Pemecahan Masala.....	36
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	39
4. 1. 1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	39
4. 1.2 Maksud dan Tujuan Perusahaan.....	40
4. 1.3 Struktur Organisasi	40
4.1.4 Hari dan Jam Kerja	43
4.1.5 Kegiatan Usaha	43
4.2 Identifikasi Faktor Strategis Internal dan Eksternal PT. Fishindo Kusuma Muncar Banyuwangi	44
4. 2. 1 Identifikasi Faktor-Faktor Strategis Internal PT. Fishindo Kusuma Muncar Banyuwangi.....	44
4. 2. 2 Identifikasi Faktor-Faktor Strategis Eksternal PT. Fishindo Kusuma Muncar Banyuwangi.....	47
4.3 Uji Instrumen	48
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Penelitian	48
4.3.2 Menentukan Matriks IFAS (<i>Internal Strategic Analysis Summary</i>) dan EFAS (<i>Eksternal Strategic Analysis Summary</i>).....	50
4.3.3 Menentukan Posisi Perusahaan	53
4.3.4 Menentukan Alternatif Strategi Pemasaran pada Perusahaan	55
4.3.5 Menentukan Pilihan Startegi Perusahaan	59
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Simpulan	62
5.2 Saran	63

DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	65

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian terdahulu	22
Tabel 3.1 Tabel EFAS (<i>Eksternal Factor Strategic Analysis Summary</i>).....	29
Tabel 3.2 Tabel IFAS (<i>Internal Factor Strategic Analysis Summary</i>)	29
Tabel 3.3 Matriks SWOT	35
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.3 Nilai Bobot IFAS (<i>Internal Factor Strategic Analysis Summary</i>)..	50
Tabel 4.4 Nilai Bobot EFAS (<i>Eksternal Factor Strategic Analysis Summary</i>)	51
Tabel 4.5 Hasil IFAS (<i>Internal Factor Strategic Analysis Summary</i>).....	51
Tabel 4.6 Hasil EFAS (<i>Eksternal Factor Strategic Analysis Summary</i>).....	52
Tabel 4.7 Diagram Matriks SWOT	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	23
Gambar 3.1 IE Matrik SWOT.....	31
Gambar 3.2 Kerangka Pemecahan Masalah	37
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	41
Gambar 4.2 Hasil Matrik SWOT	54

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1	Daftar Pertanyaan Strategi Internal..... 65
	Daftar Pertanyaan Strategi Eksternal..... 68
Lampiran 2	Rekapitulasi Jawaban Responden..... 70
Lampiran 3	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden 73
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas..... 76
Lampiran 5	Hasil Uji Reliabilitas..... 78