



**PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK ROKOK MEREK
FLAME PADA DSO (*DISTRICT SALES OFFICE*) PT NUSANTARA
INDAH MAKMUR JEMBER**

SKRIPSI

Oleh

Isabella Nurwahyulia

NIM. 070810291134

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2012**



**PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK ROKOK MEREK
FLAME PADA DSO (*DISTRICT SALES OFFICE*) PT NUSANTARA
INDAH MAKMUR JEMBER**

SKRIPSI

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

Oleh

Isabella Nurwahyulia

NIM. 070810291134

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Isabella Nurwahyulia

NIM : 070810291134

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul: “Penentuan Strategi Pemasaran Produk Rokok Merek Flame Pada DSO (*District Sales Office*) PT Nusantara Indah Makmur Jember” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 25 januari 2012

Yang menyatakan,



Isabella Nurwahyulia

PENGESAHAN

**PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK ROKOK MEREK
FLAME PADA DSO (*DISTRICT SALES OFFICE*) PT NUSANTARA
INDAH MAKMUR JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Isabella Nurwahyulia
NIM : 070810291134
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal: 1 Februari 2012

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

Susunan Panitia Penguji

Ketua : Dr. Bambang Irawan, MSi :.....
NIP. 19610317 198802 1 001
Sekretaris : Drs. Ketut Indraningrat, M. Si :.....
NIP. 19610710 198902 1 002
Anggota : Siti Aliyati, SE, M.Si :.....
NIP. 19720909 199003 2 001



Mengetahui/Menyetujui
Fakultas Ekonomi
Dekan,

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

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi: Penentuan Strategi Pemasaran Produk Rokok

Merek Flame Pada DSO(*District Sales Office*)

PT Nusantara Indah Makmur Jember

Nama : Isabella Nurwahyulia

NIM : 070810291134

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. H.Suwardi. MM

NIP. 19540719 198211 1 001

Drs. Ketut Indraningrat, M. Si

NIP. 19610710 198902 1 002

Ketua Jurusan
Program Studi Manajemen

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si

NIP. 19661020 199002 2 001

Disetujui Tanggal :

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada :

1. Kedua orang tuaku tercinta Hari Widodo dan Sisca Susana yang telah memberi dukungan, mendoakan, mendidik dan memberi kasih sayang serta pengorbanan selama ini.
2. Kakak – kakakku Della, Rajiv dah Heri Purnomo yang telah membantu dan memberi semangat untukku.
3. Teman-temanku Reny, Gito, Tutik, Vebri, Imron dan temen-temen angkatan 2007, terima kasih semuanya.
4. Almamater yang kubanggakan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

PRAKATA

Dengan mengucapkan syukur atas kehadiran Allah SWT serta hidayahNya, yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Studi S-1 (Manajemen) Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari dalam penulisan ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan penulis. Tetapi berkat pertolongan Allah SWT serta dorongan dan bimbingan semua pihak, akhirnya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Selain itu, dalam penulisan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu secara langsung atau tidak langsung. Sebagai ungkapan bahagia, maka pada kesempatan ini penulis mengungkapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember
2. Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember
3. Drs. H. Suwardi, MM sebagai Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Drs. Ketut Indraningrat, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Dr. Bambang Irawan, M.Si selaku Ketua Penguji
6. Siti Aliyati, SE, M.Si, M.Si selaku Sekertaris Penguji
7. Dosen dan Staf karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember
8. Kedua Orang Tua ku Hari Widodo dan Sisca Susana yang sudah memberikan Doa dan Dukungan kepadaku
9. Kakak - kakaku Olivia Della Vountain, Mohammad Rajiv Taufiq Widodo

dan Heri Purnomo yang sudah membantuku dalam menyelesaikan skripsi inikalian yang terbaik

10. Sahabat- sahabat terbaikku, Reny, Gito, Imron, Tutik
11. Teman-temanku Manajemen angkatan 2007.
12. Seluruh pihak yang membantu semangat dan dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dengan segala kemampuan dan pengetahuan serta pengalaman yang penulis miliki, maka disadari sepenuhnya skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat diharapkan.

Akhirnya, semoga skripsi ini memberikan manfaat dan guna bagi pembaca pada umumnya dan mahasiswa Fakultas Ekonomi pada khususnya.

Jember, Februari2012

Penulis

MOTTO

Di dunia ini benda-benda tak berubah, kecuali ada yang mengubahnya

(Garfield)

Dia yang tahu, tidak bicara. Dia yang bicara, tidak tahu

(Loo Tse)

Kemenangan yang seindah – indahnya dan sesukar – sukarnya yang boleh direbut
oleh manusia ialah menundukan diri sendiri.

(Ibu Kartini)

Berusahalah jangan sampai terlengah walau sedetik saja, karena atas kelengahan
kita tak akan bisa dikembalikan seperti semula

(Bella)

Isabella

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini antara lain untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada perusahaan dan untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat pada perusahaan rokok flame pada DSO PT Djayasakti Indah Makmur. Penelitian ini bersifat deskriptif. Populasi adalah jumlah keseluruhan objek yang diteliti, yang menjadi populasi dari penelitian ini adalah seluruh Pimpinan, Karyawan DSO PT. Djayasakti Indah Makmur dan sebagian konsumen secara umum. Metode analisis data menggunakan analisis SWOT. Hasil analisis data menunjukkan Perusahaan berada pada kuadran ke IV(empat), dimana perusahaan menerapkan strategi stabilitas. Dalam artian strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang diterapkan. Untuk langkah selanjutnya, perusahaan dapat menerapkan strategi penguatan merek produk dan pemosisian ulang merek produk. Dalam penguatan merek produk, bertujuan untuk memperluas pasar target, untuk mengidentifikasi kelemahan produk, dapat mempererat hubungan antar produsen, agen, dan konsumen, serta untuk memenuhi permintaan harga dalam persaingan.

Kata kunci: kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman (SWOT)

Isabella

Management Departement, Economic Faculty, Jember University

ABSTRACT

Purpose of this research are to know factors becoming strength, weakness, opportunity and threat at company and determine correct marketing strategy at Flame cigarette company at DSO PT Djayasakti Indah Makmur. This research have the character of descriptive. Population is object grand total that is accurate, becoming population from this research is all leader, employee at DSO PT Djayasakti Indah Makmur and some of consumers in general. Analytical method is SWOT analysis. Result of data analysis shows this company to stay to quadrant to IV (four), where company applies stability strategy. This strategy applied without chopping round strategy applied. To step hereinafter, company can apply reinforcement strategy of re- product brand and position is product brand. In reinforcement of product brand, aim to extend target market, to identify product weakness, can tighten relationship between producers, agent, and consumer, and to fulfill demand of the price of in emulation.

Keyword: Strenght, Weakness, Opportunity, Threats (SWOT)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
ABSTRAKSI	viii
ABSTRACT	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Kajian Teoritis	6
2.1.1 Pengertian Manajemen Strategi	6
2.1.2 Alternatif Strategi Utama	8
2.1.3 Alternatif Strategi Pemasaran	10
2.1.4 Kegunaan Manajemen Strategi	12
2.1.5 Pentingnya Manajemen Strategi	13
2.1.6 Perencanaan Strategi	14
2.1.7 Penyusunan Strategi Pemasaran	15
2.1.8 Analisis SWOT	16
2.1.9 Hubungan Analisis SWOT Dengan Penetapan Strategi Pemasaran	17
2.2 Peneliti Terdahulu	18
2.3 Kerangka Konseptual	19
BAB 3. METODE PENELITIAN	22
3.1 Rancangan Penelitian	22
3.2 Metode Pengumpulan Data	22
3.2.1 Metode Pengumpulan Data	22
3.3 Populasi dan Sampel	23
3.3.1 Populasi	23
3.3.2 Sampel	23
3.4 Identifikasi variabel	24
3.5 Definisi Operasional Variabel	24
3.6 Teknik Pengukuran	25

3.7 Uji Instrumen Penelitian	26
3.7.1 Uji Validitas.....	26
3.7.2 Uji Reliabilitas	26
3.8 Metode Analisis Data	27
3.8.1 Menentukan Matrik IFAS	27
3.8.2 Menentukan Strategi Keseluruhan.....	30
3.8.3 Analisis SWOT	31
3.9 Kerangka Pemecahan Masalah	36
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.1.1 Gambaran Umum DSO PT. Djayasakti Indah Makmur.....	38
4.1.2 Gambaran Umum Produk	43
4.2 Karakteristik Responden	45
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	45
4.2.2 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Instrumen Penelitian	45
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	52
4.3.1 Uji Validitas Instrumen	52
4.4.2 Uji Reliabilitas	53
4.4 Hasil Analisis SWOT	53
4.5 Pembahasan	64
4.6 Keterbatasan Peneliti	70
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	73

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Tabel IFAS.....	28
3.2 Tabel EFAS.....	28
3.3 <i>Internal Eksternal Matrik</i>	30
3.4 Penggambaran Matrik SWOT	34
4.5 Jumlah Tenaga Kerja DSO PT Djayasakti Indah Makmur.....	42
4.6 Distribusi Responden Internal Menurut Usia.....	45
4.7 Distribusi Responden Eksternal Menurut Usia.....	46
4.8 Distribusi Responden Internal Menurut Jenis Kelamin	46
4.9 Distribusi Responden Eksternal Menurut Jenis Kelamin.....	47
4.10 Distribusi Responden Internal Menurut Jenjang Pendidikan.....	47
4.11 Distribusi Responden Eksternal Menurut Jenjang Pendidikan	48
4.12 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Kekuatan	49
4.13 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Kekuatan	50
4.14 Hasil Uji Validitas Data	50
4.15 Hasil Uji Reabilitas	52
4.16 Penentuan Nilai Bobot Untuk IFAS.....	54
4.17 Hasil IFAS.....	55
4.18 Penentuan Nilai Bobot Untuk EFAS.....	57
4.19 Hasil EFAS.....	58
4.20 Menentukan Alternatif Strategi Pemasaran Perusahaan	62

4.21 Perencanaan Alternatif Strategi Utama Pada DSO PT Djayasakti

Indah Makmur	66
--------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	20
3.2 Diagram Analisis SWOT	32
3.3 Kerangka Pemecahan Masalah	36
4.4 Struktur Organisasi DSO PT Djayasakti Indah Makmur	40
4.5 Hasil IE Matriks	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Responden Internal

Lampiran 3 Rekapitulasi Jawaban Responden Eksternal

Lampiran 4 Hasil Penilaian Deskripsi Responden

Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Data

Lampiran 6 Hasil Uji Reabilitas Data