



**PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN PADA  
TOKO ROTI “FATIMAH BAKERY” DI JEMBER**

**DETERMINATION OF MARKETING STRATEGY  
BAKERY "FATIMAH BAKERY" ON JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh :

Abdul Muni

NIM. 070810291093

**UNIVERSITAS JEMBER**

**FAKULTAS EKONOMI**

**2014**



## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Abdul Muni  
NIM : 070810291093  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Skripsi : Penentuan strategipemasaran pada Toko Roti “Fatimah Bakery “

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, 20 juni 2013

Yang menyatakan,



Abdul Muni

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO  
ROTI “ FATIMAH BAKERY ” DI JEMBER

Nama Mahasiswa : Abdul Muni

NIM : 070810291093

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs.Adi Prasodjo.Mp  
NIP.195505161987031001

Drs.Ketut Indraningrat.M.si  
NIP.196107101989021002

Ketua Jurusan

Prof.Dr. Hj. Isti Fadah, SE, M.Si  
NIP. 19661020 199002 2001

Tanggal Persetujuan : ..... 2013

**PENGESAHAN**

**Judul Skripsi**  
**PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN PADA**  
**TOKO ROTI “ FATIMAH BAKERY ” DI JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Abdul muni  
NIM : 070810291093  
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan didepan panitia penguji pada tanggal :

4 Februari 2014

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

Susunan Tim Penguji

1. Ketua :Sudaryanto.MBA.,Ph.D (.....)  
NIP. 196604081991031001
2. Sekretaris :Drs.Ketut Indraningrat,M.si (.....)  
NIP. 196107101989021002
3. Anggota :Drs. Adi Prasodjo, MP. (.....)  
NIP. 195505161987031001.

Mengetahui/ Menyetujui  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi  
Dekan,

**FOTO**

**4 x 6**  
**cm**

Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si.  
NIP. 19630614 199002 1001

## **LEMBAR REVISI**

Judul skripsi : **PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN PADA  
TOKO ROTI “ FATIMAH BAKERY ” DI JEMBER**

Nama : Abdul muni  
Nim : 070810291093  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

**Ketua Penguji,**

Sudaryanto,MBA.,Ph.D  
NIP.196604081991031001

**Sekretaris,**

**Anggota,**

Drs.Ketut Indraningrat,M,Si  
NIP. 196107101989021002

Drs. Adi Prasodjo,Mp  
NIP.195505161987031001



## **BPERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan kepada :

1. Kedua orang tuaku tercinta yaitu bapak Abdul Hamid dan ibu Mursida yang telah memberi dukungan, mendoakan, mendidik dan memberi kasih sayang serta pengorbanan selama ini.
2. Adikku, Sofi Ali terima kasih semangat dan dukungannya
3. Teman-temanku angkatan 2007
4. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu
5. Almamater yang kubanggakan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.



## MOTTO

**“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum kecuali kaum itu sendiri yang mengubah apa yang ada pada diri mereka” (Q.S Ar Ra’du : 11)**

**“ Dunia ini milik orang yang berani “ ( abdul muni.)**

## ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat pada Perusahaan Toko Roti “Fatimah Bakery” di Jember. Seperti yang telah disebutkan, untuk dapat menentukan strategi perusahaan yang tepat perusahaan harus mengetahui letak kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dihadapi oleh Perusahaan Toko Roti “Fatimah Bakery”. Oleh karena itu, dalam penyusunan penelitian ini metode yang digunakan adalah metode analisis SWOT (*Strength, weakness, Opportunity dan Threats*) yaitu pendekatan yang digunakan untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal Perusahaan Toko Roti “Fatimah Bakery” Jember. Analisis faktor-faktor internal perusahaan akan mengetahui adanya kekuatan dan kelemahan dari luar perusahaan, dengan tujuan untuk mengetahui peluang atau kesempatan bagi perusahaan serta mengetahui pula ancaman atau tekanan dari pihak-pihak yang bersaing dengan perusahaan. Salah satu instrumen yang dapat digunakan untuk menganalisis faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dengan tujuan untuk menghasilkan strategi pemasaran perusahaan adalah analisis SWOT. Jika para penentu strategi pemasaran perusahaan mampu melakukan mengoperasionalkan analisis SWOT dengan tepat, biasanya akan membuahkan strategi sesuai dengan yang diharapkan. Berdasarkan hasil perhitungan kedua faktor strategi internal dan eksternal akan diketahui kekuatan dan kelemahan ada pada sumbu (X) dengan nilai +2 sedangkan peluang dan ancaman berada pada sumbu (Y) dengan nilai +1. Dapat ditarik kesimpulan bahwa menurut analisis SWOT Perusahaan Toko Roti “Fatimah Bakery” Jember berada pada posisi kuadran I yaitu kuadran yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif, maksudnya perusahaan harus lebih giat dalam mengatasi perkembangan pasar dalam rangka meningkatkan pertumbuhan penjualan. Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini, maka strategi pemasaran yang tepat pada Perusahaan Toko Roti “Fatimah Bakery” Jember sebagai berikut : 1. Meningkatkan Kualitas Produk, 2. Menambah Wilayah penjualan yang Baru secara geografis, 3. Menambah Varian Produk, 4. Menambah produk baru dengan riset, 5. Mengembangkan Kualitas SDM dalam bidang produk 6. Meningkatkan Promosi Penjualan.

Kata kunci: toko roti, kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman

## ABSTRACT



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pokok Penmasalahan .....	2
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	3
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	3
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	3
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori.....	4
2.1.1 Konsep Strategi .....	4
2.1.2 Alternatif-alternatif Strategi .....	6
2.1.3 Pemilihan Strategi .....	7
2.1.4 Analisis S.W.O.T .....	8

2.1.5	Strategi Pemasaran .....	9
2.1.6	Tahap-tahap dalam Strategi Pemasaran .....	10
2.1.7	Pengembangan Strategi Pemasaran.....	11
2.2	Kajian Empiris .....	12
2.3	Kerangka Konseptual.....	13
<b>III. METODOLOGI PENELITIAN</b>		
3.1	Rancangan Penelitian .....	15
3.2	Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	15
3.3	Informan Penelitian.....	16
3.4	Metode Analisis Data.....	16
3.5	Kerangka Pemecahan Masalah .....	23
<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	25
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan .....	25
4.1.2	Struktur Organisasi Perusahaan .....	25
4.1.3	Aspek-Aspek Fungsi Operatif.....	30
4.2	Analisis Data dan Pembahasan .....	37
4.2.1	Mengidentifikasi Faktor-faktor Strategis Perusahaan.....	37
4.2.2	Penentuan Posisi Perusahaan .....	42
4.2.3	Penentuan Alternatif Strategi Pemasaran Perusahaan.....	45
4.2.4	Penentuan Strategi Pemasaran Perusahaan.....	47
<b>V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Kesimpulan.....	49
5.2	Saran.....	50

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Perkembangan Harga Jual Toko Roti “Fatimah Bakery” .....	31
Tabel 4.2 Jumlah Tenaga Kerja Perusahaan Toko Roti ”Fatimah Bakery....	35
Tabel 4.3 Laporan Hasil Penjualan Perusahaan Toko Roti ”Fatimah Bakery”	36
Tabel 4.4 Laporan Hasil Laba-Rugi Perusahaan Toko Roti ”Fatimah Bakery	37
Tabel 4.5 Daftar Harga Toko Roti ”Fatimah Bakery.....	39
Tabel 4.6 Faktor Strategis Internal Perusahaan Toko Roti ”Fatimah Bakery.....	43
Tabel 4.7 Faktor Strategis Eksternal Perusahaan Toko Roti ”Fatimah Bakery.....	44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	14
Gambar 3.1 Diagram Analisis S.W.O.T.....	18
Gambar 3.2 Matrik S.W.O.T.....	21
Gambar 3.3 Kerangka Pemecahan Masalah.....	23
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan Toko Roti “Fatimah Bakery ”...	27
Gambar 4.2 Proses Produksi Perusahaan Toko Roti “Fatimah Bakery ”	34
Gambar 4.3 Diagram Analisis S.W.O.T.....	45
Gambar 4.4 Matrik S.W.O.T.....	46

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran I : Penjualan Toko Roti “Fatimah Bakery” Tahun 20010-2012

Lampiran II : Penjualan Toko Roti “Fatimah Bakery” Tahun 20010-2012

Lampiran III : Laporan Hasil Laba-Rugi Perusahaan Toko Roti “Fatimah Bakery” Tahun 2010-2012