



**PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN MEBEL ANTIK  
SIGIT ANTIK BONDOWOSO GUNA MEMPERTAHANKAN  
EKSISTENSI DAN MENGHADAPI PERSAINGAN**

**SKRIPSI**

Oleh  
**RIZKI PRASETYO HUTOMO**  
060810291175

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2011**



**PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN MEBEL ANTIK SIGIT  
ANTI K BONDOWOSO GUNA MEMPERTAHANKAN  
EKSISTENSI DAN MENGHADAPI PERSAINGAN**

**SKRIPSI**

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

Oleh  
**RIZKI PRASETYO HUTOMO**  
060810291175

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2011**

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

**PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rizki Prasetyo Hutomo

NIM : 060810291175

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul : *Penentuan Strategi Pemasaran Mebel Antik Sigit Antik Bondowoso Guna Mempertahankan Eksistensi dan Menghadapi Persaingan* adalah benar-benar karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 21 Oktober 2011

Yang menyatakan,



Rizki Prasetyo Hutomo

NIM 060810291175

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Penentuan Strategi Pemasaran Mebel Antik Sigit Antik Bondowoso Guna Mempertahankan Eksistensi dan Menghadapi Persaingan  
Nama Mahasiswa : Rizki Prasetyo Hutomo  
NIM : 060810291175  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

### Dosen Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. M. Dimyati, SE, M.Si

NIP. 19670421 199403 1 008

Drs. Ketut Indraningrat, M.Si.

NIP. 19610710 198902 1 002

Ketua Jurusan

Prof. Dr. Dra. Hj Istifadah, M.S

NIP. 19661020 199002 2 001

Tanggal Persetujuan : Jember, 21 Oktober 2011

## JUDUL SKRIPSI

### **PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN MEBEL ANTIK SIGIT ANTIK BONDOWOSO GUNA MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DAN MENGHADAPI PERSAINGAN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama Mahasiswa : Rizki Prasetyo Hutomo

NIM : 060810291175

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal :

Jember, 31 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 : Dra. Susanti P., M.Si. : .....  
NIP. 19660918 199203 2 002

Sekretaris : Drs. Ketut Indraningrat, M.Si. : .....  
NIP. 19610710 198902 1 002

Anggota : Dr. M. Dimiyati, SE, M.Si. : .....  
NIP.19670421 199403 1 008

Mengetahui;  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi  
Dekan,

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

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Almarhumah Ibu, terimakasih untuk kasih sayang mu yang tak terhingga.
2. Ayahanda, Eyang, dan Kakak tercinta yang telah melimpahkan kasih sayang dan perhatian kepadaku selama ini.
3. Om Sasongko yang juga turut memberikan bantuan dan bimbingan kepadaku selama kuliah ini
4. Dosen-dosen yang telah mengajarkan ilmu selama masa kuliahku.
5. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang kubanggakan.
6. Saudara-saudara dan juga sahabat-sahabat yang selama ini mendukung dan mengisi hari-hariku.

## *MOTTO*

”Lebih baik dibenci karena apa yang Anda miliki daripada disukai atas sesuatu yang tidak Anda punyai.”  
(Andre Gide)

”Janganlah takut pada masa depan, jangan pula menangis untuk masa lalu.”  
(Percy Bysshe Shelley)

”Jika kau hanya melakukan apa yang kau tahu bisa kau kerjakan, kau tidak akan bisa berbuat lebih.”  
(Tom Krause)

”Setiap orang bisa mengkritik, mengecam, dan mengeluh. Tapi hanya orang berkarakter yang bisa mengontrol diri untuk memahami dan memaafkan.”  
(Dale Carnegie)

”Pemimpin yang efektif bukan soal pintar berpidato dan mencitrakan diri agar disukai, kepemimpinan tergambar dari hasil kerjanya, bukan atribut-atributnya.”  
(Peter F. Drucker)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul Penentuan Strategi Pemasaran Mebel Antik Sigit Antik Bondowoso Guna Mempertahankan Eksistensi dan Menghadapi Persaingan. Untuk menentukan strategi pemasaran pada perusahaan digunakan metode analisis SWOT yaitu dengan menentukan faktor strategis perusahaan kemudian diolah ke dalam tabel IFAS dan EFAS. Hasil pengolahan data faktor strategis digunakan sebagai acuan untuk menentukan strategi pemasaran secara global dengan IE matriks dan alternatif strategi pemasaran dengan matrik SWOT yang kemudian akan dipilih strategi apa yang sesuai dengan perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi yang tepat untuk Mebel Antik Sigit Antik Bondowoso adalah strategi diferensiasi dan strategi pengembangan pasar. Alasan pemilihan strategi ini sebagai strategi utama adalah strategi ini diyakini dapat meningkatkan penjualan dan dapat lebih meningkatkan pangsa pasar yang ada.

***Kata kunci : Strategi Pemasaran, SWOT, Faktor Internal, Faktor Eksternal***



## **ABSTRACT**

This study titled Determination of Marketing Strategy Antique *Furniture* Antique Sigit Bondowoso To Defend The existence and Facing Competition. To determine the company's marketing strategy SWOT analysis is a method used to determine the company's strategic factors are then processed into IFAS and EFAS tables. The results of data processing strategic factor is used as a reference for determining the global marketing strategy with IE matrix and alternative marketing strategies with SWOT matrix which will then be selected according to what strategy the company. Based on the research results can be concluded that the strategy is right for Antique *Furniture* Antique Sigit Bondowoso is a differentiation strategy and market development strategies. The reason the selection of this strategy as a key strategy is the strategy is believed to increase sales and can further increase existing market share.

***Key words*** : *Marketing Strategy, SWOT, Internal Factor, External Faktor*

## **PRAKATA**

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang atas segala karunia yang telah diberikan. Shalawat serta salam semoga selalu terlimpahkan pada pemimpin kita hingga akhir zaman, Rasulullah Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya yang setia.

Dalam penulisan hingga selesainya skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan tenaga dan pikiran yang tak ternilai, untuk itu penulis pada kesempatan ini menyampaikan ungkapan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Bapak Dr. M. Dimiyati, SE, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Ketut Indraningrat, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
4. Ibu Prof. Dr. Dra. Hj Istifadah, M.S dan Bapak selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
5. Ibu (Almh), Ayah dan Eyang yang telah mencurahkan seluruh hidupnya untuk membesarkan dan mendidik, yang tak akan bisa terbalas dan tergantikan dengan apapun di dunia ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah mendidik dan membekali ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
7. Para Staf Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah membantu selama masa perkuliahan.

8. Bapak Sigit selaku pemilik Mebel Antik Sigit Antik Bondowoso yang telah memberikan Izin dan wewenang bagi penulis untuk dapat melaksanakan penelitian ini.
9. Teman-teman seangkatan dan seperjuangan David, Endy, Dedy, Afif, Gandhi, Viky, dan Rhona.
10. Semua teman-teman jurusan Manajemen 2006 - 2007 dan yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan motivasi sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Jember, Oktober 2011

Penulis



(Rizki Prasetyo Hutomo)

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>ABSTRAKSI</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1. Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2. Rumusan Masalah</b> .....	4
<b>1.3. Tujuan dan Manfaat</b> .....	4
1.3.1. Tujuan Penelitian .....	4
1.3.2. Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
<b>2.1. Kajian Penelitian Terdahulu</b> .....	6
<b>2.2. Tinjauan Pustaka</b> .....	8
2.2.1. Pengertian Strategi .....	8
2.2.2. Perencanaan Strategi .....	8
2.2.3. Tipe-Tipe Strategi .....	9

	Halaman
2.2.4. Macam-Macam Strategi .....	9
2.2.5 Alternatif Strategi Umum .....	10
2.2.6 Strategi Pemasaran .....	11
2.2.7 Penentuan Strategi Pemasaran Berdasarkan Matrix SWOT .....	13
2.2.8 Pemilihan Strategi .....	15
2.2.9 Pengembangan Strategi Pemasaran .....	15
<b>2.3. Kerangka Konseptual .....</b>	<b>17</b>
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
<b>3.1. Rancangan Penelitian .....</b>	<b>18</b>
<b>3.2. Populasi dan Sampel Penelitian .....</b>	<b>18</b>
3.2.1 Populasi .....	18
3.2.2 Sampel .....	18
<b>3.3. Jenis dan Sumber Data .....</b>	<b>19</b>
3.3.1 Jenis Data .....	19
3.3.2 Metode Pengumpulan Data .....	19
<b>3.4. Identifikasi Variabel .....</b>	<b>20</b>
<b>3.5. Definisi Operasional Variabel .....</b>	<b>20</b>
<b>3.6. Metode Analisis Data .....</b>	<b>20</b>
<b>3.7. Mengidentifikasi Variabel-Variabel Strategi Pemasaran .....</b>	<b>21</b>
<b>3.8. Tahap Pengumpulan Data .....</b>	<b>21</b>
3.8.1. Pengujian Instrumen .....	21
<b>3.9. Analisis Deskriptif .....</b>	<b>23</b>
<b>3.10. Menentukan Alternatif Strategi Perusahaan .....</b>	<b>29</b>
<b>3.11. Kerangka Pemecahan Masalah .....</b>	<b>30</b>
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
<b>4.1. Gambaran Umum Perusahaan .....</b>	<b>33</b>
4.1.1. Sejarah Singkat Mebel Antik Sigit Antik Bondowoso .....	33

	Halaman
4.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan .....	34
<b>4.2. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Mebel Antik Sigit Antik Bondowoso</b> .....	<b>36</b>
4.2.1. Identifikasi Faktor Internal Perusahaan .....	36
4.2.2. Identifikasi Faktor Eksternal Perusahaan .....	38
<b>4.3. Analisis Data</b> .....	<b>40</b>
4.3.1. Deskriptif Variabel Penelitian .....	40
4.3.2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	43
4.3.3. Menentukan Matrik IFAS dan EFAS .....	45
4.3.4. Menentukan Posisi Perubahan .....	51
4.3.5. Menentukan Alternatif Strategi Pemasaran .....	53
4.3.6. Menentukan Pilihan Alternatif Strategi Pemasaran Perusahaan .....	54
<b>4.4. Pembahasan</b> .....	<b>59</b>
4.4.1. Strategi Differensiasi .....	59
4.4.2. Strategi Pengembangan Pasar .....	60
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>61</b>
5.1. Kesimpulan .....	61
5.2. Saran .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>63</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1. Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang .....	7
3.1 IFAS .....	23
3.2 EFAS .....	24
3.3. Matrik SWOT .....	29
4.1. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Kekuatan .....	40
4.2. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Kelemahan .....	41
4.3. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Peluang .....	42
4.4. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Ancaman .....	43
4.5. Hasil Uji Validitas .....	44
4.6. Hasil Uji Reliabilitas .....	45
4.7. Penentuan Nilai Bobot Untuk IFAS .....	46
4.8. Penentuan Nilai Bobot Untuk EFAS .....	47
4.9. Hasil IFAS .....	48
4.10. Hasil EFAS .....	50
4.11. Diagram Matriks SWOT .....	53
4.12. Perencanaan Alternatif Strategi Utama Pada Mebel Antik Sigit Antik Bondowoso .....	55

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1. Kerangka Konseptual Penelitian .....	17
3.1 IE Matrix .....	26
3.2. Kerangka Pemecahan Masalah .....	31
4.1. Struktur Organisasi Mebel Antik Sigit Antik Bondowoso .....	35
4.2. Hasil IE Matrix .....	52



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Koesioner Penelitian .....	65
Lampiran 2. Rekapitulasi Jawaban Responden .....	70
Lampiran 3. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden .....	73
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas .....	80
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas .....	85