

**Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Ayam
Kampung Super
(Desa Jambon Kecamatan Jambon Kabupaten Ponorogo)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Oleh :

DIAN ARIS NOVIANTO

Nim : 09412434

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2015**

PENGESAHAN ISI DAN FORMAT SKRIPSI

Nama : DIAN ARIS NOVIANTO
NIM : 09412434
Fakultas : EKONOMI
Jurusan : MANAJEMEN
Judul : Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Ayam Kampung Super (Desa Jambon Kecamatan Jambon Kabupaten Ponorogo)

Isi dan formatnya telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengikuti ujian dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I



TITI RAPINI, SE.MM
NIP. 19630505 199001 11

Pembimbing II



EDI SANTOSO, SE.MM
NIP. 19690913 199904 12

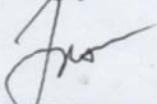
Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi



TITI RAPINI, SE.MM
NIP. 19630505 199001 11

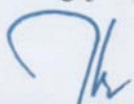
Dosen Penguji

Penguji I



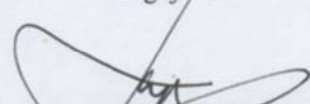
SUKMONO HADI H, SE.MM
NIP. 19510830 199903

Penguji II



TITI RAPINI, SE.MM
NIP. 19630505 199001 11

Penguji III



SUJIONO, SE.MM
NIP. 19560616 198909 12

RINGKASAN

Persaingan usaha yang semakin ketat menuntut setiap pengusaha agar mempertahankan keberadaannya. Dengan adanya persaingan semakin ketat, sekarang dituntut untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat yang dapat dijadikan senjata dalam perang persaingan antar pengusaha. Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Ada program pemasaran (seperti periklanan, promosi penjualan, personal selling, layanan pelanggan, atau pengembangan produk) memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap permintaan.

Untuk itu pengusaha ayam kampung super di Desa Jambon Kecamatan Jambon Kabupaten Ponorogo harus memiliki strategi-strategi baru untuk mengetahui segi positif dan segi negatif, yaitu dengan menggunakan analisa SWOT untuk memformulasikan strategi marketing yang baru.

Analisis SWOT merupakan identifikasi akan faktor eksternal dan internal dan strategi yang mencerminkan bandingan antara keduanya. Hal ini didasarkan pada logika bahwa strategi yang efektif adalah memaksimalkan kekuatan dan peluang bisnis, namun pada waktu yang bersamaan meminimumkan kelemahan dan ancaman yang ada.

Cara kerja analisis SWOT disini menggunakan matrik dengan memasukkan faktor-faktor lingkungan internal (IFAS) serta memasukkan faktor-faktor lingkungan eksternal pada sel vertikal yang berupa peluang dan ancaman yang dapat diketahui dari hasil analisis lingkungan eksternal (EFAS). Kemudian dari sisa sel yang mempertemukan

antara faktor-faktor internal dan eksternal tersebut dapat diketahui alternatif-alternatif strategi yang dihasilkan analisis SWOT.

Berdasarkan hasil dari analisis faktor eksternal perusahaan pada matrik (EFAS) diperoleh hasil 1,20 (total skor peluang sebesar 1,85 dikurangi total skor ancaman sebesar 0,65) untuk faktor peluang, sedangkan faktor internal perusahaan pada (IFAS) diperoleh hasil 1,05 (total kekuatan sebesar 1,80 dikurangi total skor untuk kelemahan sebesar 0,75) untuk faktor kekuatan.

Dari beberapa analisa yang diperoleh, maka strategi yang sesuai untuk usaha ayam kampung super Desa Jambon Kecamatan Jambon, Kabupaten Ponorogo yang mempunyai peluang lingkungan dengan skor 1,20 dan kekuatan internal dengan skor 1,05 adalah strategi agresif atau perluasan (berdasarkan analisis SWOT) dan usaha ayam kampung super di Desa Jambon Kecamatan Jambon Kabupaten Ponorogo memiliki alternatif strategi *hold* dan *mentain* atau strategi mempertahankan dan pelihara (berdasarkan analisis Matrik IE). Strategi tersebut dapat dilakukan dengan memaksimalkan kekuatan internal dan eksternal serta memanfaatkan peluang yang ada.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul : “Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Ayam Kampung Super (Desa Jambon Kecamatan Jambon Kabupaten Ponorogo)”, dengan tiada halangan suatu apapun.

Adapun penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu (S-1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Selanjutnya pada kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, terutama kepada yang terhormat :

1. Drs. H. Sulton, M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Titi Rapini, SE.MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Hadi Sumarsono, SE,M.Si, selaku ketua kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Titi Rapini, SE.MM,, selaku Dosen Pembimbing I yang sangat besar jasanya dalam memberikan bimbingan, arahan-arahan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Edi Santoso, SE.MM, selaku Dosen Pembimbing II yang sangat besar jasanya dalam memberikan bimbingan, arahan-arahan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Ayam kampung super Jambon yang telah membantu dan memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian guna skripsi.
7. Kedua orang tuaku yang telah memberikan segalanya.
8. Teman-temanku yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap penyelesaian skripsi ini.

Demikian pengantar yang dapat penulis sampaikan bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan maka tidak lupa saran dan kritik dari semua pihak untuk kesempurnaan dari skripsi ini.

Pada akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya, dan semua pihak yang memerlukannya.

Ponorogo, 20 April 2013

Penulis

PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan /atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertentu diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 20 April 2013

(DIAN ARIS NOVIANTO)

NIM 09412434

DAFTAR RIWAYAT PENULIS

Nama : DIAN ARIS NOVIANTO

Tempat Tanggal Lahir : Ponorogo, 30 April 1991

Kebangsaan : Indonesia

Agama : Islam

Alamat : Jl. Jaka Tingkir No. 99 Sidoharjo, Jambon
Ponorogo

Nama Orang Tua :

Ayah : PARNO

Ibu : RUMINI

Pekerjaan : PENGUSAHA

Daftar Riwayat Pendidikan :

- SD Negeri 1 kreet Tahun 1999
- SMP Negeri 1 Jambon lulus Tahun 2007
- SMK 1 PGRI Ponorogo lulus Tahun 2009
- Masuk Universitas Muhammadiyah Ponorogo Tahun 2009

MOTTO

“Apa yang ada dihari ini adalah impian hari kemarin, dan impian hari ini adalah kenyataan yang akan muncul dihari esok”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini aku persembahkan kepada :

- **Allah SWT yang telah memberikan Nikmat-Nya**
- **Ayah, Ibu dan adikku tercinta yang menjadi inspirasi penulis dalam menyelesaikan skripsi, dengan penuh cinta dan kasih sayang memberikan dukungan, semangat dan do'a.**
- **Teman-temanku Manajemen Angkatan 2009 yang telah banyak memberikan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.**
- **Dosen Pembimbing yang dengan sabar dan memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.**

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR	v
SURAT PERNYATAAN	vii
DAFTAR RIWAYAT PENULIS	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.3.1. Tujuan Penelitian	4
1.3.2. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Landasan Teori	6
2.1.1. Pengertian Pemasaran	6
2.1.2. Konsep Pemasaran	7
2.1.3. Pengertian Strategi Pemasaran.....	7
2.1.4. Elemen-elemen Strategi Pemasaran	9
2.1.5. Manfaat Strategi Pemasaran	11
2.1.6. Perumusan Strategi	11
2.2. Penelitian Terdahulu	12
2.3. Kerangka Pemikiran	13

BAB III METODE PENELITIAN	16
3.1. Ruang Lingkup Penelitian	16
3.1.1. Lokasi Penelitian	16
3.1.2. Jenis Penelitian	16
3.2. Sumber Data	16
3.3. Metode Pengumpulan Data	17
3.4. Definisi Operasional Variabel	18
3.5. Metode Analisa Data.....	19
3.5.1. Analisis Diagram SWOT	21
3.5.2. Analisis Matrik SWOT	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1. Hasil Penelitian	24
4.1.1. Sejarah Perusahaan	24
4.1.2. Visi dan Misi Usaha	26
4.1.3. Tujuan Usaha	27
4.1.4. Struktur Organisasi	29
4.1.5. Operasional Perusahaan	30
4.2. Pembahasan	38
4.2.1. Analisis Lingkungan	38
4.2.2. Peluang dan Ancaman	49
4.2.3. Kekuatan dan Kelemahan.....	53
4.2.4. Analisis Matrik IFAS	57
4.2.5. Analisis Matrik EFAS	60
4.2.6. Analisis SWOT	62
4.2.7. Analisis Matrik IE (Internal-External)	64
4.2.8. Matrik SWOT	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1. Kesimpulan	72
5.2. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	74

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 4.1. Data Tenaga Kerja	36
Tabel 4.2. Kriteria Pembobotan	57
Tabel 4.3. Tabel IFAS Usaha Ayam Kampung	58
Tabel 4.4. Tabel EFAS Usaha Ayam Kampung	60
Tabel 4.5. Analisis Matrik SWOT Usaha Ayam Kampung	67

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	14
Gambar 4.1. Struktur Organisasi	29
Gambar 4.2. Diagram SWOT Ayam Kampung.....	63
Gambar 4.3. Matrik IE Usaha Ayam Kampung	65