

**“PENGUNAAN ANALISA SWOT UNTUK MENENTUKAN STRATEGI
PEMASARAN PERUSAHAAN SUSU YOGURT”**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Muhamad Zaini
NIM : 12412863
Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2016

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Penggunaan Analisa SWOT Untuk Menentukan Strategi Pemasaran
Perusahaan SUSU YOGURT

Nama : Muhamad Zaini

Nim : 12412863

Program Studi : Ekonomi Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk

Diujikan guna memperoleh gelar sarjana program strata satu (S-1)

Program. Studi Ekonomi Manajemen fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Ponorogo,.....

Pembimbing I



(Titi Rapini, SE, MM)

NIK. 19630505 199033 2 003

Pembimbing II



(Siti Chamidah, SE, M.Si)

NIK. 197105 19 2014 1 11

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



(Titi Rapini, SE, MM)

NIK. 19630505 199003 2 003

Dosen Penguji :



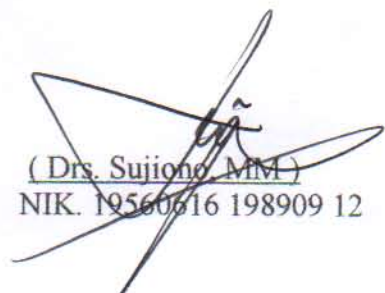
(Titi Rapini, SE, MM)

NIK. 19630505 199003 2 003



(Slamet Santoso SE, M.Si)

NIK. 19701016 1999904 12



(Drs. Sujiono, MM)

NIK. 19560616 198909 12

DENGAN RASA SYUKUR SKRIPSI INI KUPERSEMBAHKAN UNTUK :

- Ibu Darmi serta Bapak Suwito yang tercinta Karena berkat dengan doa dan restu beliau skripsi ini bisa terselesaikan.
- Nenek Gatuk serta Kakek Saikun yang tercinta berkat doa beliau juga skripsi ini bisa selesai dan lancar.
- Rekan – rekan seperjuangan MANAJEMEN Perusahaan C angkatan 2012 yang selalu memberikan dukungan dan masukan dalam penulisan skripsi ini.

MOTTO

Sesutau akan menjadi kebanggaan, jika sesuatu itu dikerjakan, dan bukan hanya dipikirkan .

Sebuah cita - cita akan menjadi kesuksesan, jika kita awali dengan bekerja untuk mencapainya ,
bukan hanya menjadi impian.....

RINGKASAN

Penelitian ini dibuat dengan tujuan Untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan SUSU YOGURT dalam memasarkan produk-produknya serta untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan SUSU YOGURT berdasarkan analisis SWOT. Rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimanakah strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan dan strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan berdasarkan analisis SWOT. Guna untuk memaksimalkan pemasaran produk dari perusahaan SUSU YOGURT. dengan menganalisis faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman serta faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan.

Berdasarkan hasil penelitian dengan metode analisis SWOT diketahui bahwa faktor kekuatan dan peluang dari produk, harga, lokasi, dan promosi perusahaan SUSU YOGURT lebih kuat dibanding faktor kelemahan dan ancaman. Oleh karena itu perusahaan mempunyai peluang yang sangat besar untuk dikembangkan, namun disisi lain pihak perusahaan menghadapi beberapa kendala internal, Seperti halnya kurangnya promosi, kurangnya tenaga khususnya di dalam pemasaran. Berdasarkan Strategi Pengembangan tersebut, strategi yang sangat mendesak untuk segera dilaksanakan adalah Strategi Pengembangan Promosi, strategi ini dapat dilaksanakan melalui kegiatan atau event-event yang digelar secara rutin atau periodik dengan mengadakan kegiatan sosialisasi di tempat aktifitas masyarakat, Hal ini juga dimaksudkan untuk meningkatkan jumlah konsumen.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat-Nya, maka penelitian yang berjudul : **PENGGUNAAN ANALISIS SWOT UNTUK MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PERUSAHAAN SUSU YOGURT**, dapat selesai dengan baik.

Terwujudnya penelitian ini atas dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih kepada :

1. Titi Rapini , SE, MM. Selaku pembimbing 1.
2. Siti Chamidah . Selaku pembimbing 2.
2. Dra. Umi Farida, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen UNMUH Ponorogo.
3. Jajaran Direksi dan Pegawai perusahaan SUSU YOGURT yang menjadi informan dalam penelitian ini.

Kami menyadari bahwa penelitian ini masih belum sempurna, karena itu kritik dan saran untuk penyempurnaan dari berbagai pihak sangat kami harapkan.

Ponorogo, September 2016

Peneliti

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (Asli), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis disuatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam skripsi ini dan disebutkan dalam daftar pustaka

Ponorogo, 22 September 2016



Muhamad Zaini
NIM. 12412863

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Persembahan	ii
Motto.....	iii
Ringkasan	iv
Kata Pengantar	v
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian.....	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Lampiran	xii
Daftar Gambar	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	3
1.3 Permusan Masalah.....	3
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	4
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran	6

	2.1.2 Tujuan Pemasaran	9
	2.1.3 Lingkungan Yang Mempengaruhi Pemasaran	10
	2.1.4 Strategi	15
	2.1.5 Pengertian Strategi Pemasaran	17
	2.1.6 Jenis Strategi Pemasaran	17
	2.1.7 Perencanaan Strategi Pemasaran	20
BAB 111	METODE PENELITIAN	
	3.1 Metode Penelitian.....	24
	3.1.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	24
	3.1.2 Metode Pengumpulan Data	24
	3.2 Metode Analisis Data	26
	3.2.1 Analisis Kualitatif	27
	3.2.2 Matrik SWOT.....	29
	3.2.3 Grand Strategi	31
Bab IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
	4.1 Hasil Penelitian	33
	4.1.1 Latar Belakang perusahaan	33
	4.1.2 Sejarah perusahaan SUSU YOGURT.....	35
	4.1.3 Visi , Misi dan Tujuan	37

4.1.4 Data Dasar BUMP	38
4.1.5 Gambaran umum daerah kecamatan pudak	45
4.1.5.1 Kondisi Goegrafis	45
4.1.6 Aspek Sosial dan Ekonomi	46
4.1.7 Produk – Produk Perusahaan SUSU YOUNGURT	48
4.1.8 Strategi Pemasaran Perusahaan SUSU YOUNGURT .	59
4.1.9 Problematika Perusahaan SUSU YOUNGURT	61
4.2 Pembahasan	62
4.2.1 Analisa SWOT <i>product, price, place, promotion</i> , SUSU YOUNGURT.....	62
4.2.2 Inteprestasi Analisa SWOT Untuk Pengembangan	69
4.2.3 Matrik SWOT Perusahaan SUSU YOUNGURT	70
4.2.4 Grand Strategi	75
4.2.5 Segmenting, Targeting, Positioning.....	79
4.2.6 Alternatif Strategi Bauran Pemasaran berdasarkan analisa SWOT	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran.....	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Penggalian Data Dengan Teknik Wawancara

Lampiran 2 Foto-Foto Pendukung

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 3.2. Matrik SWOT	30
Gambar 3.3. Penentuan Matrik Grand Strategi.....	33
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	40
Gambar 4.2 Grand Strategi	76