

**PERANAN ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
PADA ATHAYA BOUTIQUE DI LEMBEGAN MAGETAN**



SKRIPSI

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

Nama : Ririn Suharyani
NIM : 13413067
Program Studi : Manajemen S1

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2017

**PERANAN ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
PADA ATHAYA BOUTIQUE DI LEMBEGAN MAGETAN**



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Peranan Analisis Swot Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Athaya Boutique Di Lembeyan Magetan
Nama : Ririn Suharyani
NIM : 13413067
Program Studi : Manajemen

Isi dari format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat-syarat diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 30 Febuari 2017

Pembimbing I

(Drs. Ec. Purwanto, MM)

NIK. 19531024 199309 14

Pembimbing II

(Edi Santoso, SE, MM)

NIK. 19740311 200103 12

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

(Titi Rappi, SE, MM)

NIP. 19630505 199003 2 003

(Drs. Ec. Purwanto, MM)

NIK. 19531024 199309 14

(Dra. Umi Farida, MM)

NIK. 19610110 199112 13

(Tegoh Hari A, SE,MM)

NIK. 19671005 199309 14

RINGKASAN

Athaya Boutique merupakan toko yang menyediakan atau menjual barang yang mengambil barang dari tempat lain dan dijual kembali ditokonya. Penelitian ini bertujuan dalam meningkatkan penjualan pada Athaya Boutique di Lembeyan Magetan. Permasalahan dalam penelitian ini adalah “apakah analisis SWOT berperan dalam meningkatkan penjualan pada Athaya Boutique di Lembeyan Magetan?”.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peranan analisis SWOT yaitu kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam meningkatkan penjualan pada Athaya Boutique di Lembeyan Magetan. Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode analisis deskriptif, Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (*Eksternal Factor Evaluation-EFE Matrix*), matriks Evaluasi Faktor Internal (*Internal Factor Evaluation-IFE Matrix*) dan Matriks SWOT.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa saat ini Athaya Boutique belum memanfaatkan peluang-peluang yang ada secara maksimal di perusahaan tersebut. Kelemahan dengan bobot tertinggi yaitu produk yang dimiliki kurang variasi dan Fasilitas yang dimiliki kurang, dengan demikian itu maka akan mengurangi peluang yang ada. Nilai tertimbang untuk Matriks Internal Factor Evaluation (Matriks IFE) adalah 2,65 dan Nilai tertimbang untuk Matriks Eksternal Factor Evaluation (Matriks EFE) adalah 2,50. Dengan hal itu Athaya Boutique memiliki kekuatan yang baik yang dapat dimanfaatkan sebagai peluang serta memiliki peluang yang baik yang dapat dimanfaatkan untuk mengatasi ancaman dalam mendorong kemajuan Athaya Boutique. Melalui Analisis SWOT perusahaan dapat mempergunakan strategi yang dapat meningkatkan penjualan pada Athaya Boutique di Lembeyan.

Kata Kunci : strategi pemasaran, Analisis SWOT, Athaya Boutique

MOTTO

*“Be yourself what you’re and don’t never give up in doing any that job, because
God will not give you the test above the limit of his servant’s ability”*

And

*“Learn from the past, live for the today, and plan for tomorrow. Always be
yourself no matter what they say and never be anyone else even if they look
better than you”*

And

*“Look for the one who draws you closer to your parents, don’t you find
someone who keep you away from those two things”*

*“Because in fact after the difficlty there must be ease. Then when you’re
finished (from a matter of affairs), do it seriously (affairs) the other, and only to
Your God should you hope”*

(Qs. Al Insyirah : 5-8)

PERSEMBAHAN

ORANG TUAKU

Terima kasih sudah melahirkanku dan menyayangiku hingga kini. Terima kasih untuk semua dukungan dan doa selama ini engkau panjatkan untukku. Terima kasih banyak atas semua yang kau berikan kepada ku.

DOSEN PEMBIMBING

Terima kasih untuk Bapak Drs. Ec. Purwanto, MM dan Bapak Edi Santoso, SE, MM selaku pembimbing saya, sudah membimbing saya dari awal sampai saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

SELURUH DOSEN

Terima kasih untuk semua dosen manajemen yang sudah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada saya, semoga ilmu yang engkau berikan bermanfaat di kemudian hari.

OWNER ATHAYA BOUTIQUE

Terima kasih sudah memperbolehkan saya untuk melakukan penelitian di sana dan terima kasih sudah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

KAMU

Terima kasih sudah menyemangati ku sudah memberikan dukungan penuh untuk ku untuk mengerjakan skripsi ini.

SAHABATKU

Terima kasih untuk ke empat sahabatku yaitu Fitri Rahayu, Dyah Ayu K, Pina Lailiya A, dan Salma maila Haqien yang sudah memberikan dukungan dan membantu saya untuk mengerjakan skripsi dan terima kasih buat Nila Puji L, Ria Puji L dan teman-teman manajemen A angkatan 2013 yang sudah menemani saya dan memberikan dukungan kepada saya dalam penyusunan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Assalamua'laikum Wr. Wb,

Syukur Alhamdulillah dan terima kasih kepada junjungan tertinggi, ALLAH SWT atas kemampuan dan kasih karunia-Nya yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul "**Peranan Analisis SWOT dalam Meningkatkan Penjualan pada Athaya Boutique di Lembeyan Magetan.**" Penyusunan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk dapat memperoleh Gelar Sarjana Starta Satu Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponoroho

Dengan selesainya penulisan skripsi ini penulis sangat berterima kasih kepada semua pihak yang bersedia untuk memberikan bantuan dan dukungannya baik secara materil maupun moril kepada penulis, untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu Titi Rapini, SE MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Ibu Dra. Umi Farida, MM selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Bapak Drs. Ec. Purwanto, MM, dan Bapak Edi Santoso, SE, MM. selaku pembimbing I dan II yang telah banyak membantu dan mengarahkan penulis kearah penyempurnaan skripsi ini.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah mengajar dan memberikan bekal pengetahuan dalam membantu penulisan dalam menyelesaikan pendidikan dan penulisan skripsi ini.

5. Athaya Boutique di Lembeyan Magetan yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dalam membantu selama proses penelitian.
6. Bapak dan ibu saya serta saudara-saudaraku yang telah memberikan motivasi, dukungan, doa serta curahan kasih sayang yang tiada hentinya kepada saya.
7. Teruntuk teman dekatku Fitri Rahayu, Ria Puji Lestari, Nila Puji Lestari, Dyah Ayu Kusuma Dewi, Pina Lailiya Ari F, Salma Maila Haqien dan semua teman angkatan 2013 yang senantiasa mendukung dan memotivasi saya dalam merampungkan skripsi ini.
8. Buat dia sebut saja LUHAN yang selalu memberikan semangat dan memotivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang telah disusun dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat berharap kritik dan saran yang membangun dari pembaca pihak lain. Akhir kata penulis berharap skripsi yang sederhana ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan dapat memberi sumbangan bagi almamater tercinta.

Ponorogo, 30 Febuari 2017

Penulis

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah 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 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 tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

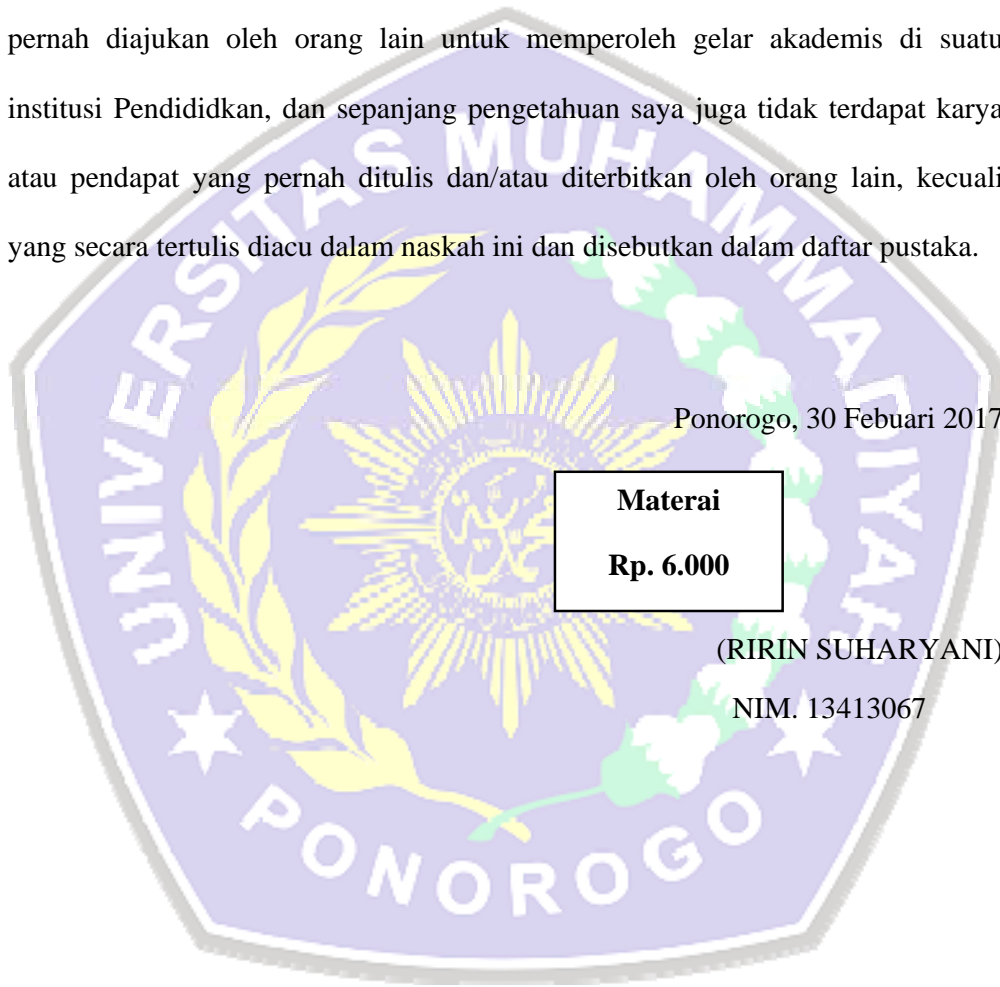
Ponorogo, 30 Febuari 2017

Materai

Rp. 6.000

(RIRIN SUHARYANI)

NIM. 13413067



DAFTAR ISI

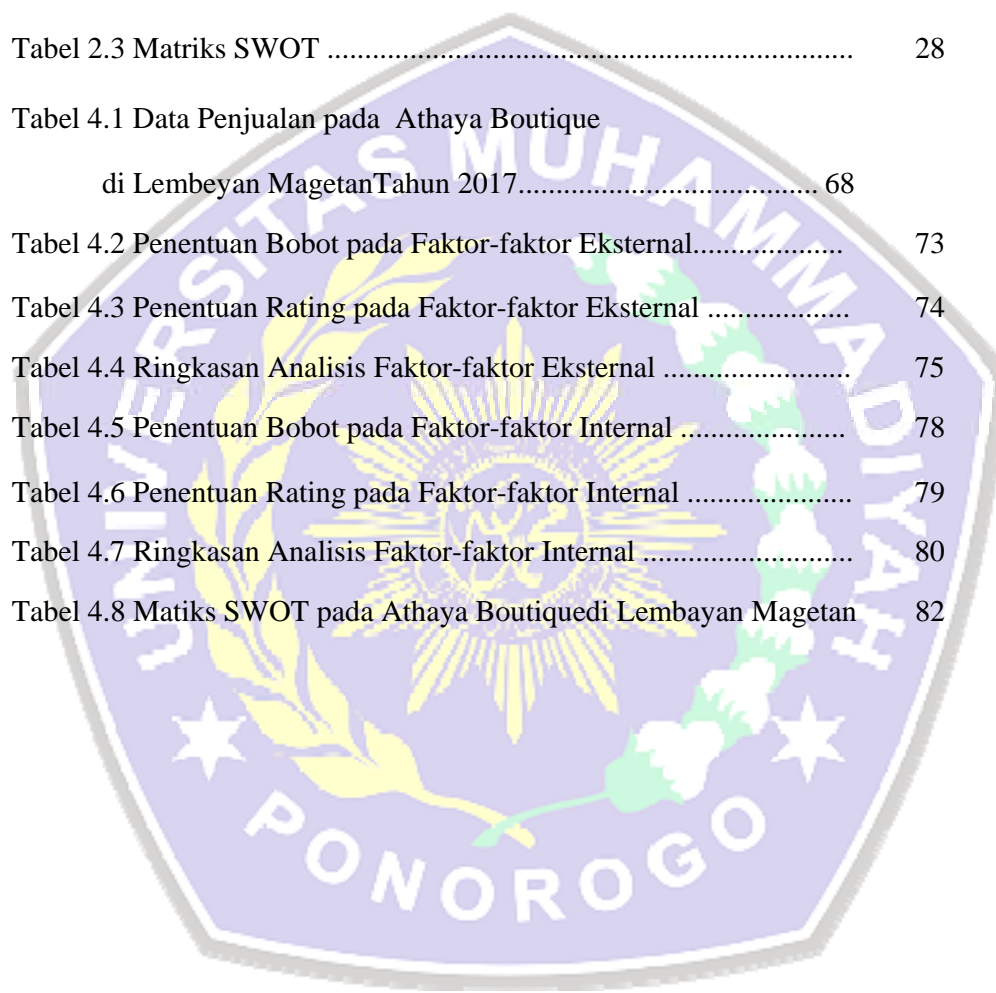
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PENGESAHAN KEASLIAN	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Batasan masalah	9
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Tujuan Penelitian	9
1.4.2 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	11
2.1.1.2 Tujuan Pemasaran	14
2.1.1.3 Bauran Pemasaran	15
2.1.1.4 Analisis Lingkungan	16
2.1.1.4.1 Analisis SWOT	24

2.1.1.4.2	Pembuatan Matrik SWOT	27
2.1.1.5	Penjualan	28
2.1.1.5.1	Pengertian Penjualan	28
2.1.1.5.2	Tujuan Penjualan	30
2.1.1.5.3	Jenis Penjualan	30
2.1.1.5.4	Bentuk Penjualan	32
2.1.1.5.5	Faktor-faktor yang Mempengaruhi penjualan.	33
2.1.2	Manajemen Strategi	35
2.1.2.1	Pengertian Strategi	35
2.1.2.2	Manajemen Strategi	37
2.1.3	Strategi Pemasaran	39
2.1.3.1	Pengertian Strategi Pemasaran	39
2.1.3.2	Jenis-jenis Strategi Pemasaran	41
2.2	Penelitian Terdahulu	45
2.3	Kerangka Pemikiran	48
2.4	Hipotesis	49
BAB III	METODE PENELITIAN	50
3.1	Ruang Lingkup Penelitian	50
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	50
3.2.1	Populasi	50
3.2.1	Sampel	50
3.3	Metode Pengambilan Data	51
3.3.1	Sumber Data	51
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data	52
3.4	Definisi Operasional Variabel	53
3.5	Meode Analisis Data	55
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1	Hasil Penelitian	56
4.1.1	Gambaran umum Athaya Boutique	56

4.1.1.1	Sejarah Perusahaan	56
4.1.1.2	Kepemilikan Perusahaan	57
4.1.1.3	Struktur Organisasi	58
4.1.1.4	Kegiatan Perusahaan	60
4.2	Pembahasan	61
4.2.1	Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman Yang dihadapi pada Athaya Boutique	61
4.2.2	Evaluasi Hasil Perusahaan	67
4.2.3	Visi dan Misi Perusahaan	69
4.2.4	Analisis Data	70
4.2.4.1	Analisis Faktor-faktor Strategi Eksternal (EFAS)	71
4.2.4.2	Analisis Faktor-faktor Strategi Internal (IFAS)	75
4.2.4.3	Matrik SWOT	81
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1	Kesimpulan	85
5.2	Saran	86
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data penjualan pada Athaya Boutique di Lembeyan.....	7
Tabel 2.1 Ringkasan Analisis Faktor Startegis Eksternal (EFE).....	17
Tabel 2.2 Ringkasan Analisis Faktor Startegis Internal (IFE).....	22
Tabel 2.3 Matriks SWOT	28
Tabel 4.1 Data Penjualan pada Athaya Boutique di Lembeyan Magetan Tahun 2017.....	68
Tabel 4.2 Penentuan Bobot pada Faktor-faktor Eksternal.....	73
Tabel 4.3 Penentuan Rating pada Faktor-faktor Eksternal	74
Tabel 4.4 Ringkasan Analisis Faktor-faktor Eksternal	75
Tabel 4.5 Penentuan Bobot pada Faktor-faktor Internal	78
Tabel 4.6 Penentuan Rating pada Faktor-faktor Internal	79
Tabel 4.7 Ringkasan Analisis Faktor-faktor Internal	80
Tabel 4.8 Matiks SWOT pada Athaya Boutiquedi Lembeyan Magetan	82



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Skala Pengukuran Respon Manajemen (EFE)	19
Gambar 2.2 Skala Pengukuran Respon Manajemen (IFE).....	23
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	48
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	58



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Observasi

Lampiran 2 Transkrip Wawancara

Lampiran 3 Hasil input wawancara data Pembobotan dan Rating

Lampiran 4 contoh kuesioner

