

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MINUMAN KEMASAN

MEREK SEGAAARIN UD. RIZQI AGUNG NGRAYUN,

PONOROGO



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : NurArofah
NIM : 13.41.3136
Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Strategi Pemasaran Minuman Kemasan Merek
Segaaarin UD. Rizqi Agung Ngrayun, Ponorogo
Nama : NurArofah
N I M : 13413136
Program Studi : Manajemen


Isi dan format skripsi telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 7 Agustus 2017

Pembimbing I

Pembimbing II


Titi Rapini, SE., MM


Edi Santoso, SE., M.Si

NIP.19630505 1990003 2 003

NIK.19740311 200103 12

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Titi Rapini, SE., MM

NIP.19630505 1990003 2 003

Dosen Penguji

Ketua

Sekretaris

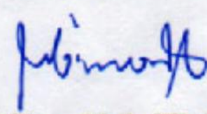
Anggota


Titi Rapini, SE., MM

NIP.19630505 1990003 2 003


Nani Kristiyana, SE., MM

NIK.19750921 200309 14


Siti Chamidah SE, MS.i

NIK.19710519 201401 11

ABSTRACT

This research is backgrounded by most of Ngrayun community that plant janggolan. One of the argomulyo farmer groups headed by Lusi Widiarini warfare mother began to develop and produce beverages in packaged janggolan. Although still not very professional in the process, but it is very preferrend in the market even the market has also absorbed in large quantities. So the purpose of this study to determine the strengths, weaknesses that exist in Segaaarin brand beverage drinks as well as opportunities and threats from outside UD. Rizqi Agung, then formulate an appropriate marketing strategy alternative based on SWOT analysis.

In this study the data collected by researchers are primary and secondary data using data collection techniques through observation, interview and documentation. The result of this research is to get alternative strategies that can be used to increase the sale of the product among others by 1) keep maintaining the quality of the product by choosing the good raw materials and keep the cleanliness so as to keep the consumer's trust, 2) give the discount for the consumers who do purchase in large quantities, 3) looking for strategic locations such as around the city of Ponorogo to open oulate to facilitate the marketing process, 4) following the SME exhibition.

Keywords : Marketing Strategy, SWOT Analysis

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh sebagian besar masyarakat Ngrayun yang menanam tanaman janggolan. Salah satu kelompok tani argomulyo yang diketuai oleh ibu lusi widarini mulai mengembangkan dan memproduksi minuman janggolan dalam kemasan. Meski masih belum terlalu professional dalam pengerjaannya, akan tetapi sudah sangat disukai dipasaran bahkan pasar juga sudah menyerap dalam jumlah besar. Sehingga tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui kekuatan, kelemahan yang ada pada minuman kemasan merek Segaaarin serta peluang dan ancaman dari luar UD. Rizqi Agung, kemudian merumuskan alternatif strategi pemasaran yang tepat berdasarkan analisis SWOT.

Pada penelitian ini data yang dikumpulkan peneliti yaitu berupa data primer dan data sekunder dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah mendapatkan alternatif-alternatif strategiyang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan produk diantaranya adalah dengan 1) tetap mempertahankan kualitas produknya dengan cara memilih bahan baku yang baik serta menjaga kebersihannya supaya tetap mendapatkan kepercayaan konsumen, 2) memberikan potongan harga bagi konsumen yang melakukan pembelian dalam jumlah banyak, 3) mencari lokasi yang strategis misalnya disekitar kota Ponorogo untuk membuka oulate agar memudahkan proses pemasaran, 4) mengikuti pameran UKM.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, SWOT Analisis

BISMILLAH, AKU PASTI BISA

The Life Achievement Is Maḥlotillah

PROSES TIDAK AKAN MENGKHIANATI HASIL



PERSEMBAHAN

*Dengan Segenap Kemurnian Cinta Kasih, Ku Sungkurkan
Dahi Di atas Sajadah Seraya Mengucapkan Syukur Atas
Segalanya, Kupanjatkan Kehadirat Ilahi Rabby*

Kupersembahkan karya ini Kepada :

*Kepada Oranng Tuaku Ayahanda Suwarno dan Ibundaku
Wates Yang Tiada Pernah Lelah Dalam Mendidik,
Membimbing Dan Membesarkanku Dengan Kasih Sayangnya
Dan Dengan Doanya Sehingga Aku Bisa Menyelesaikan
Pendidikan Sampai Sekarang*

*Guru-guruku Sejak Taman Kanak-kanak Hingga Perguruan
Tinggi, Yang Telah Memberikan Semua Ilmunya Sehingga
Menjadikanku Sebagai Orang Yang Berilmu Dan
Berpengetahuan. Semoga Allah Senantiasa Bersama Beliau*

Semua. Amiin.....

*Kakak-kakakku Mas Ahmad Syaifudin Dan Mas Nur
Rahman Yang Telah Memberikan Motivasi Kepadaku.*

*Sahabat-sahabatku Tercinta Rima Millati Azka, Putri
Utami, Linda Hardiyanti, Novita Nur Jannah, Siti
Rahmawati, Siti Lailatul, Rana Maria Siregar. Yang Telah
Memberikan Motivasi Serta Bantuan Kepada Penulis
Dengan Kalian Semua Terisi Hari-hari Penuh Warna dan
Makna Hingga Terjalin Ukhuwah Islamiah Yang Erat, dan
Teman-teman Manajemen Angkatan 2013 Fakultas Ekonomi
Ya Allah, Ya Tuhanku Berikanlah Mereka Balasan Yang
Lebih Baik Serta Rahmat-Mu Selamanya. Amiin.....*



**PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG
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 DITULIS DAN/ATAU DITERBITKAN OLEH ORANG LAIN, KECUALI YANG SECARA TERTULIS DIACU DALAM NASKAH INI DAN DISEBUTKAN DALAM DAFTAR PUSTAKA.

Ponorogo, 7 Agustus 2017



Nur Arofah

13413136

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrohiim

Dengan menyebut nama Allah ﷻ yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang, Segala puji dan syukur yang tiada henti kepada Allah ﷻ, Dzat yang segalanya akan bergantung pada-Nya. Karena tanpa izin-Nya, skripsi ini tak akan mampu terselesaikan. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada junjungan Rosullulloh Muhammad ﷺ beserta keluarganya, sahabat-sahabatnya dan seluruh umat manusia yang tetap memegang teguh ajarannya hingga akhir zaman.

Penulis menyadari bahwa tangan ini masih terlalu lemah untuk menghadapi semua. Selanjutnya dengan terselesainya skripsi ini penulis tak lupa menghaturkan ungkapan banyak-banyak terima kasih seiring doa dan harapan Jazakumullah Akhsanal Jaza' kepada semua pihak yang telah membantu demi terselesainya penulisan skripsi ini dengan berjudul "Analisis Strategi Pemasaran Minuman Kemasan Merek Segaaarin Ngrayun". Ungkapan terima kasih ini penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Kedua orang tuaku dan kakak-kakakku yang amat kami cintai, yang telah tiada henti selalu mencurahkan kasih sayangnya yang tanpa batas kepada kami baik moril maupun materiil. Sehingga kami bisa belajar sampai di Universitas Muhammadiyah Ponorogo (UNMUH) ini dengan baik dan lancar. Semoga kita semua tetap

dijaga dalam keistiqomahan iman dan Islam, dan dipertemukan di Jannah Firdaus-Nya.

2. Bapak Drs. Sulton, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Titi rapini, SE.,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo serta Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak memberikan bimbingan, saran dan kritik demi terseleskannya skripsi ini.
4. Bapak Edi Santoso, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II sekaligus Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, yang telah sabar memberi dorongan, bimbingan dan kritik yang membangun.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, atas ilmu yang telah diberikan kepada penulis.
6. Ibu Lusi Widiarini, S.Pd selaku pemilik sekaligus Direktur UD. Rizqi Agung Ngrayun beserta para karyawan yang telah mengizinkan dan telah memberikan informasi tentang data-data yang penulis butuhkan selama penelitian.
7. Seluruh teman penulis Mahasiswa UNMUH Ponorogo khususnya “kelas Manajemen B angkatan 2013” yang dengan rasa persaudaraan dan kesetiaan serta kekompakan untuk selalu bersatu dan bersama dalam merealisasikan keberhasilan serta kesuksesan dalam segala kegiatan.

8. Seseorang yang telah memberikan motivasi dan bantuannya baik tenaga maupun pikiran kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Dan kepada semuanya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis berharap semoga tulisan ini bisa memberikan manfaat dan menjadikan amal bagi penulis sebagai upaya meraih ridho Allah ﷻ segala kebenaran hanyalah milik Allah ﷻ, dan segala kesalahan berasal dari kesalahan penulis sebagai makhluk-Nya yang sarat dengan kelemahan. Semoga Allah ﷻ senantiasa mengampuni kita.

Oleh karenanya, saran dan kritik yang membangun akan sangat dibutuhkan agar bisa menjadi lebih baik. Akhirnya, semoga skripsi ini memberi kontribusi positif bagi kami khususnya dan pihak-pihak yang membutuhkannya. *Allahu a'alam bis showab. Jazakumullah khairan katsira.*

Ponorogo, 7 Agustus 2017

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| Halaman Judul..... | i |
| Halaman Pengesahan | ii |
| Ringkaran | iii |
| Persembahan | iv |
| Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian | vii |
| Kata Pengantar | viii |
| Daftar Isi..... | xi |
| Daftar Tabel | xiv |
| Daftar Gambar..... | xv |
| Daftar Lampiran | xvi |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|---|---|
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 3 |
| 1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian | 4 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian..... | 4 |
| 1.3.2 Manfaat Penelitian..... | 4 |
| 1.4 Pembatasan Masalah | 4 |

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

| | |
|--|----|
| 2.1 Landasan Teori..... | 5 |
| 2.1.1 Pemasaran..... | 5 |
| 2.1.1.1 Definisi Pemasaran..... | 5 |
| 2.1.1.2 Tujuan Pemasaran | 6 |
| 2.1.1.3 Lingkungan yang Mempengaruhi Pemasaran | 6 |
| 2.1.2 Bauran Pemasaran(<i>Marketing Mix</i>)..... | 10 |
| 2.1.3 Strategi..... | 24 |
| 2.1.3.1 Definisi Strategi..... | 24 |
| 2.1.3.2 Strategi Pemasaran | 24 |
| 2.1.3.3 Jenis-jenis Strategi Pemasaran | 25 |
| 2.1.3.4 Tahap-tahap Strategi Pemasaran | 28 |
| 2.1.4 Analisis SWOT..... | 29 |
| 2.1.4.1 Definisi Analisis SWOT..... | 29 |

| | |
|---|----|
| 2.1.4.2 Analisis SWOT..... | 29 |
| 2.1.4.4 Hubungan Analisis SWOT dengan Strategi Pemasaran | 30 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 33 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 36 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| 3.1 Ruang Lingkup Penelitian..... | 38 |
| 3.2 Sifat Penelitian | 38 |
| 3.3 Data yang dikumpulkan | 39 |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data..... | 40 |
| 3.4.1 Sumber Data | 40 |
| 3.4.2 Metode Pengumpulan Data | 40 |
| 3.5 Definisi Operasional Variabel..... | 41 |
| 3.5.1 Definisi SWOT | 41 |
| 3.5.2 Definisi <i>Marketing Mix</i> | 42 |
| 3.6 Teknis Analisis Data | 43 |
| 3.6.1 Faktor Internal dan Eksternal | 44 |
| 3.6.1.1 Analisis Internal | 44 |
| 3.6.1.2 Analisis Eksternal..... | 44 |
| 3.6.2 Matrik Tows atau SWOT | 45 |
| 3.6.3 Matrik Grand Strategy | 46 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | |
| 4.1 Hasil Penelitian | 49 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan | 49 |
| 4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan | 51 |
| 4.1.3 Struktur Organisasi | 52 |
| 4.1.4 Ketenagakerjaan | 54 |
| 4.1.4.1 Jumlah Karyawan..... | 54 |
| 4.1.4.2 Jam Kerja Karyawan | 55 |
| 4.1.5 Proses Produksi Minuman Kemasan Merek Segaaarin | 55 |
| 4.1.5.1 Alat– alat yang Digunakan Untuk Produksi Minuman Kemasan Merek Segaaarin | 57 |

| | |
|--|----|
| 4.1.6 Penjualan dan Hasil Penjualan | 59 |
| 4.1.6.1 Daerah/ Wilayah Penjualan..... | 59 |
| 4.1.6.2 Target Penjualan..... | 59 |
| 4.1.6.3 Saluran Distribusi..... | 60 |
| 4.1.6.4 Strategi Pemasaran UD. Rizqi Agung..... | 60 |
| 4.1.6.5 Kondisi Persaingan..... | 61 |
| 4.1.7 Strategi Raya (Grand Strategi) Minuman Kemasan Merek Segaaarin UD. Rizqi Agung | 62 |
| 4.2 Pembahasan..... | 62 |
| 4.2.1 Analisis SWOT <i>Product, Price, Place, Promotion</i> Minuman Kemasan Merek Segaaarin UD. Rizqi Agung pada Wilayah Ponorogo..... | 62 |
| 4.2.2 Matrik SWOT Minuman Kemasan Merek Segaaarin UD. Rizqi Agung Ngrayun | 68 |
| 4.2.3 Grand Strategi..... | 74 |
| 4.2.4 Alternatif Strategi Bauran Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT..... | 74 |
| BAB V PENUTUP | |
| 5.1 Kesimpulan | 77 |
| 5.2 Saran..... | 79 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | | |
|-----------|--------------------------------|----|
| Tabel 2.1 | Penelitian Terdahulu..... | 30 |
| Tabel 3.1 | Matrik SWOT..... | 42 |
| Tabel 4.1 | Analisis Faktor Internal..... | 58 |
| Tabel 4.2 | Analisis Faktor Eksternal..... | 62 |



DAFTAR GAMBAR

| | | |
|------------|----------------------------|----|
| Gambar 2.1 | Kerangka Pemikiran..... | 34 |
| Gambar 3.1 | Struktur Organisasi..... | 49 |
| Gambar 3.2 | Skema Proses Produksi..... | 52 |



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Hasil Wawancara
Lampiran 2 Foto Dokumentasi

