

**PENTINGNYA ANALISIS SWOT DALAM PERENCANAAN STRATEGI  
PEMASARAN PADA UD. YANI BORDIR PONOROGO**

**SKRIPSI**



**Nama : JEFRI EKO PRAMUDYANTO**  
**NIM : 12412929**  
**Program studi : Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAGEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
PONOROGO**

**2017**

**PENTINGNYA ANALISIS SWOT DALAM PERENCANAAN STRATEGI  
PEMASARAN PADA UD. YANI BORDIR PONOROGO**

**SKRIPSI**



**Nama : JEFRI EKO PRAMUDYANTO**  
**NIM : 12412929**  
**Program studi : Manajemen**

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

**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAGEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
PONOROGO**

**2017**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pentingnya Analisis SWOT Dalam Perencanaan Strategi Pemasaran Pada UD. YANI BORDIR PONOROGO

Nama : Jefri Eko Pramudyanto

N I M : 12412929

Program Studi : Manajemen

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

Ponorogo,.....

**Pembimbing I**



**( TITI RAPINI, SE, MM )**  
NIP 19630505 199003 2 003

**Pembimbing II**



**( Dra. UMI FARIDA, MM )**  
NIK 19610110 199112 13

Mengetahui

**Dekan Fakultas Ekonomi**



**( TITI RAPINI, SE, MM )**  
NIP 19630505 199003 2 003

**DOSEN Penguji :**



**( TITI RAPINI, SE, MM )**  
NIP 19630505 199003 2 003



**( Drs. Ec PURWANTO, MM )**  
NIK 19531024 199309 14



**( ADI SANTOSO, SE, MM )**  
NIK 19881127 201603 13

## HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Allah SWT, Sang Pencipta Yang Maha Kasih Sayang, yang telah memberikan kesehatan, rezeki, nikmat kesempatan waktu, dan rahmat – NYA, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Nabi Muhammad SAW, yang menjadi teladan kepada seluruh umatnya. Termasuk penulis, dimana mendorong penulis untuk selalu ingin menjadi orang yang lebih baik.
3. Untuk kedua orang tua saya tercinta “Bapak Pujo Santoso” dan “Ibu Dasilah” yang telah mendoakan serta mencurahkan kasih sayangnya kepada saya selama ini, semoga Allah SWT senantiasa memberikan berkah, kesehatan dan umur panjang yang manfaat kepada bapak dan ibuku tercinta, amin.
4. Bapak Drs. H.Sulton, M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Ibu Titi Rapini, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
6. Ibu Dra.Umi Farida, MM selaku Ka. Prodi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
7. Ibu Titi Rapini, SE, MM selaku Dosen pembimbing 1 yang dengan kesabarannya senantiasa memberikan bimbingannya, arahan, dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi.

8. Bapak Edi Santoso, SE, MM selaku Dosen Pembimbing 2 yang dengan kesabarannya memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi.
9. Kepada pihak UD. YANI BORDIR PONOROGO yang menjadi informan dalam penelitian ini.
10. Teman- teman angkatan 2012 teman seperjuangan ku, yang senantiasa menemani dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Untuk semua pihak yang telah memberikan bantuan dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari adanya keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki, maka dari itu penulis berharap saran dan kritik sebagai masukan yang positif dan bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Ponorogo,

Penulis,

Jefri Eko Pramudyanto

# MOTO

*WALAU SAAT INI SEDIKIT REZEKI YANG DIDAPAT,*

*DAN SEBERAT APAPUN RINTANGAN AKAN MENGHAMBAT,*

***BERSYUKURLAH. . . . MAKA SUATU SAAT NIKMATMU BISA BERLIPAT DUNIA***

*MAUPUN AKHIRAT.*



(Jefri Eko Pramudyanto)

## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul "Pentingnya Analisis SWOT Dalam Perencanaan Strategi Pemasaran Pada UD. YANI BORDIR PONOROGO". Tujuan dari penelitian ini yaitu (1) untuk mengetahui pentingnya peranan analisis SWOT dalam perencanaan strategi pemasaran pada UD. YANI BORDIR PONOROGO dan (2) untuk mengetahui strategi pemasaran yang sesuai pada UD. YANI BORDIR PONOROGO berdasar analisis SWOT

. Setelah dilakukan penggalan data dengan proses wawancara dan observasi sebenarnya UD. YANI BORDIR PONOROGO sudah mampu bersaing. Berdasarkan hasil penelitian dengan metode analisis SWOT diketahui bahwa faktor kekuatan (*strenght*) lebih besar dibandingkan dengan faktor kelemahan (*weakness*) dan faktor peluang (*opportunities*) juga lebih besar dibandingkan dengan faktor ancaman (*theat*) pada UD. YANI BORDIR PONOROGO.

Dengan kondisi tersebut UD. YANI BORDIR PONOROGO seharusnya sudah berani bersaing dengan perusahaan yang bergerak pada bidang sama di wilayah PONOROGO dan sekitarnya. Jadi strategi yang harus diterapkan dalam memasarkan produknya adalah dengan meningkatkan strategi pertumbuhan (*Grow Strategy*), yaitu dengan melakukan perluasan pasar. Strategi pengembangan pasar ini merupakan strategi memasarkan produk kepada konsumen di segmen pasar yang baru maupun di wilayah area pasar yang baru.

## KATA PENGANTAR

Segala puji kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat serta nikmat yang tak terhingga, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pentingnya Analisis SWOT Dalam Perencanaan Strategi Pemasaran Pada UD. YANI BORDIR PONOROGO". Penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat dukungan, bantuan dan masukan dari berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini penulis hendak mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Drs. Sulton, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Titi Rapini, SE., MM selaku Dekan Fakultas Eknomi Universitas Muhammadiyah.
3. Ibu Umi Farida, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Ibu Titi Rapini, SE, MM selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa sabar serta tulus memberikan bimbingannya kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.



5. Bapak Edi Santoso, SE, MM selaku pembimbing II yang sudah memberikan bimbingannya kepada penulis dengan baik.
6. Bapak Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memeberikan bekal ilmu pengetahuan selama studi.
7. Untuk kedua orang tua saya tercinta “Bapak Pujo Santoso” dan “Ibu Dasilah” yang telah mendoakan serta mencurahkan kasih sayangnya kepada saya selama ini, semoga Allah SWT senantiasa memberikan berkah, kesehatan dan umur panjang yang manfaat kepada bapak dan ibuku tercinta, amin.
8. Kepada pihak UD. YANI BORDIR PONOROGO yang menjadi informan dalam penelitian ini.
9. Rekan-rekan Mahasiswa dan Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, khususnya Manajemen D angkatan 2012.
10. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat memberikan ilmu dan manfaat yang berguna bagi peneliti lain dan semua pihak.

Ponorogo,

Penulis

Jefri Eko Pramudyanto

## 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.



(Jefri Eko Pramudyanto)

NIM 12412929

## DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Judul .....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Halaman Persembahan .....	iv
Motto .....	vi
Abstrak .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian .....	x
Daftar Isi .....	xii
Daftar Tabel .....	xiv
Daftar Gambar .....	xv
Daftar Lampiran .....	xvi
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Pemasaran .....	8
2.1.2. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	15
2.1.3. Konsep Pemasaran .....	22

2.1.4. Pengertian Strategi Pemasaran.....	25
2.1.5. Analisis SWOT .....	32
2.2. Penelitian terdahulu.....	33
2.3. Kerangka Berpikir.....	38

**BAB III. METODE PENELITIAN**

3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	39
3.2. Sifat Penelitian .....	39
3.3. Data yang Dikumpulkan .....	40
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	40
3.5. Definisi Oprasional Variabel.....	42
3.5.1. Definisi Operasional Variabel Strategi .....	42
3.5.2. Definisi Operasional Variabel Strategi Dalam Marketing Mix .....	43
3.6. Teknik Analisis Data.....	43

**BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1. Hasil Penelitian .....	48
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	48
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	50
4.1.3. Struktur Organisasi .....	52
4.1.4. Ketenagakerjaan.....	54
4.1.5. Strategi Pemasaran UD. YANI BORDIR PONOROGO..	56
4.2. Pembahasan Penelitian .....	64

4.2.1. Analisis SWOT Pemasaran UD. YANI BORDIR PONOROGO .....	64
4.2.2. Matrik SWOT UD. YANI BORDIR PONOROGO .....	68
4.2.3. Strategi Raya (Grand Strategy) UD. YANI BORDIR PONOROGO .....	71
4.2.4. Alternatif Strategi Bauran Pemasaran (Product, Price, Place, Promotion) Berdasarkan Analisis SWOT .....	74

**BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	79
5.2. Saran .....	81

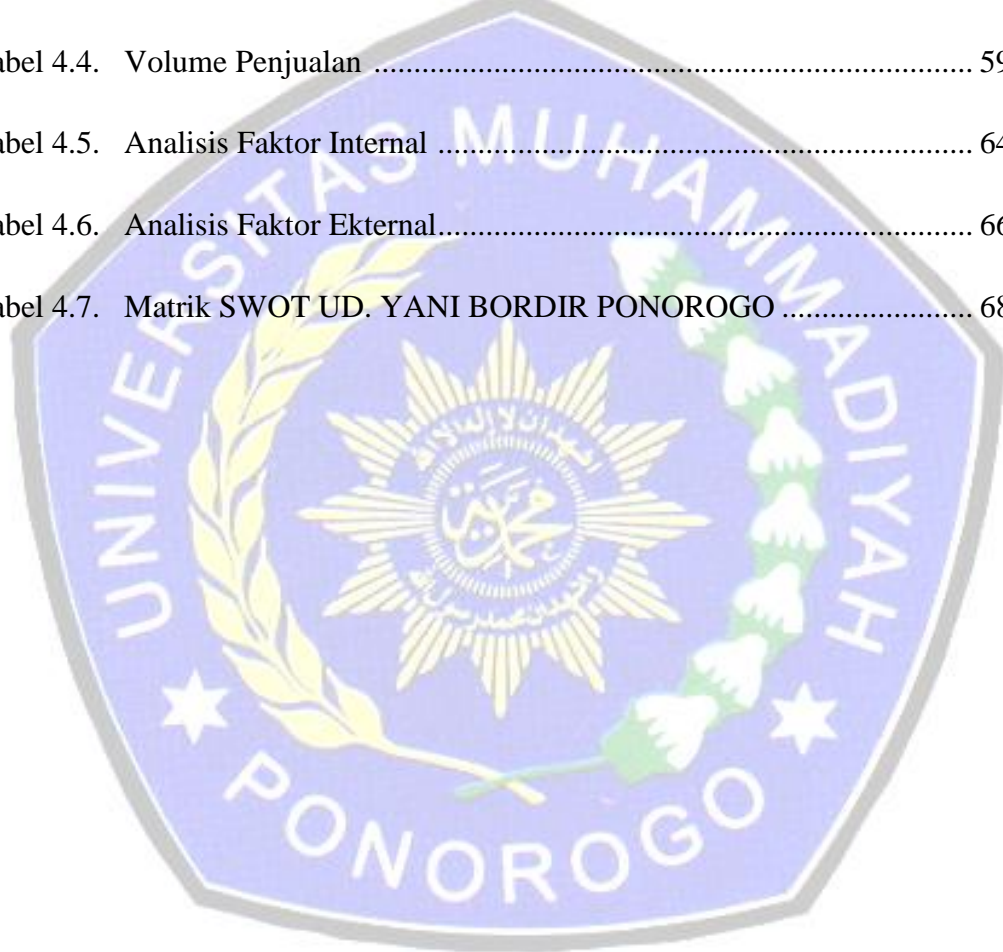
**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



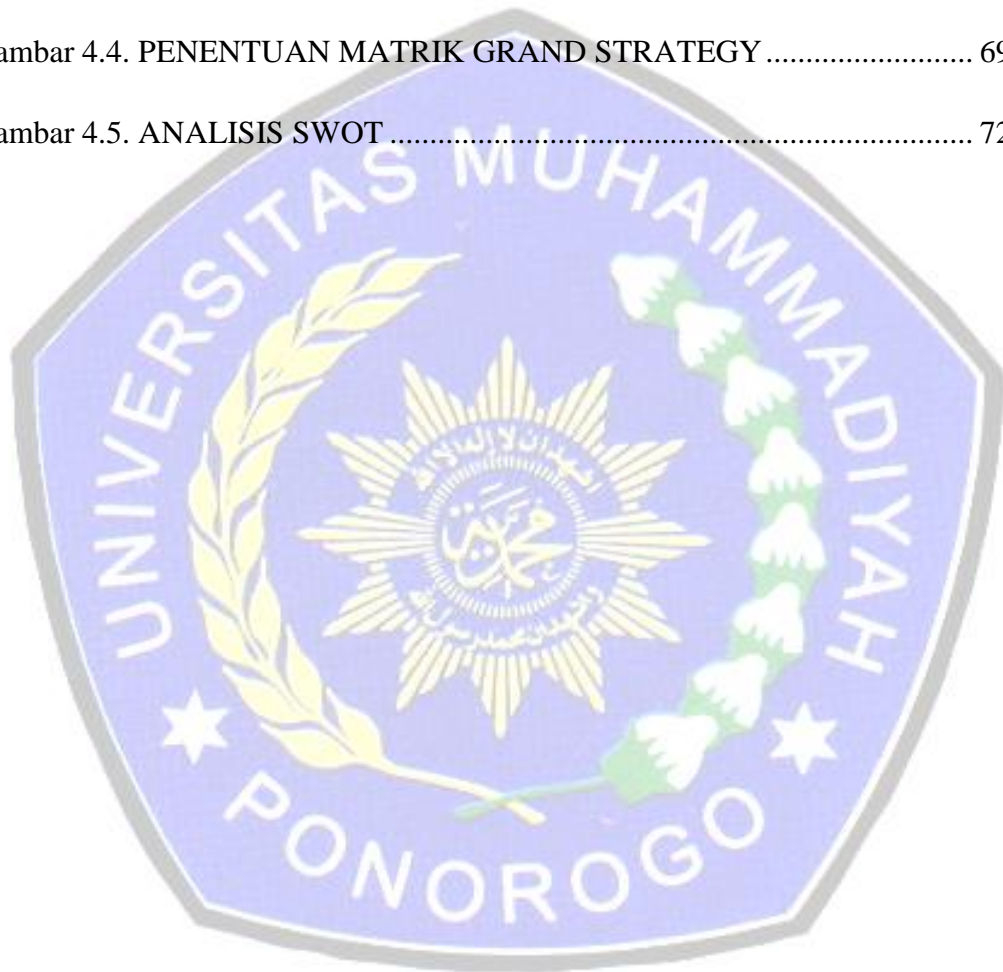
## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 3.2. Matrik SWOT .....	45
Tabel 3.3. Penentuan Matrik Gran Strategy .....	46
Tabel 4.4. Volume Penjualan .....	59
Tabel 4.5. Analisis Faktor Internal .....	64
Tabel 4.6. Analisis Faktor Ekternal.....	66
Tabel 4.7. Matrik SWOT UD. YANI BORDIR PONOROGO .....	68



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran .....	38
Gambar 4.2. Struktur Organisasi.....	52
Gambar 4.3. Tahap Proses Produksi .....	62
Gambar 4.4. PENENTUAN MATRIK GRAND STRATEGY .....	69
Gambar 4.5. ANALISIS SWOT .....	72



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Wawancara

