

**ANALISIS SWOT SEBAGAI LANDASAN DALAM
MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PADA
PT. RIKIO INDONESIA DI PURWODADI**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : Manajemen



Disusun Oleh :

PUJI SANTOSO

02.22.0148

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
2006**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : **PUJI SANTOSO**
Nomor Pokok : **02.22.0148**
Universitas : **Merdeka Malang**
Fakultas : **Ekonomi**
Program Studi : **Manajemen**
Judul Skripsi : **ANALISIS SWOT SEBAGAI LANDASAN DALAM
MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PADA
PT. RIKIO INDONESIA DI PURWODADI**

Malang, 14 Juli 2006

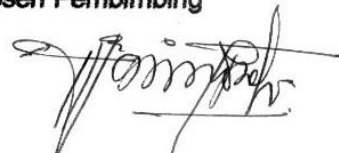
DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi



(Dra. Erna Setijani, MM)

Dosen Pembimbing



(Drs. Yarnest, MM)


Fakultas Ekonomi
DRS. MAXION SUTAMKY, M.Si

**ANALISIS SWOT SEBAGAI LANDASAN DALAM
MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PADA PT. RIKIO
INDONESIA DI PURWODADI**

Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

PUJI SANTOSO

02.22.0148

Telah Dipertahankan Didepan Dewan Penguji

Pada Tanggal 14 Juli 2006

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji


Drs. YARNEST, MM

Sekretaris Penguji


Drs. ASTIKO, MM

Anggota Penguji


Drs. SUMARTONO, MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Malang, 14 Juli 2006

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Merdeka Malang


Drs. MAJLON SUMTAKY, M.Si

P.T. RIKIO INDONESIA

Jl. Raya Sentul, Purwodadi, Pasuruan – Jawa Timur, Indonesia

Telephone : 0341-425102, Fax : 0341-425103

SURAT KETERANGAN

No:013/DK-RI/UNMER/IV/2006

Yang bertanda tangan dibawah ini, Kepala Perusahaan PT. Rikio Indonesia Purwodadi Pasuruan menerangkan bahwa :

Nama : **PUJI SANTOSO**
Nim : **02.22.0148**
Jurusan : **Manajemen**
Institusi : **Universitas Merdeka Malang**
Alamat : **Prum. Graha Laksana Tidar L.11**

Telah melaksanakan kegiatan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir dengan judul skripsi “**ANALISIS SWOT SEBAGAI LANDASAN DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PADA PT. RIKIO INDONESIA**” dengan baik selama 1(satu) bulan mulai tanggal 26 April 2006 sampai 26 Mei 2006. Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Purwodadi, 29 Mei 2006

Kepala Perusahaan PT. Rikio Indonesia



AGUS HARI CAHYONO

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : **PUJI SANTOSO**

Nomor Pokok : 02.220.148

Universitas : Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi

Program studi : Manajemen

Tempat Dan Tanggal Lahir: Metro, 27 Agustus 1983

Alamat : Graha Laksana Tidar L 11

Nama Orang Tua (Ayah) : Drs. Usman, MM

(Ibu) : Dra. Hj. Any, MM

Riwayat Pendidikan : 1. Tahun 1996 lulus SD 294 Mestong Jambi.

2. Tahun 1999 Lulus SMP 03 Mestong
Jambi.

3. Tahun 2002 Lulus SMU Ardjuna Malang.

4. Tahun 2002 Terdaftar Sebagai
Mahasiswa di Universitas Merdeka
Malang Fakultas Ekonomi Program Studi
Manajemen

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan berkat dan pertolongan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini dengan judul “Analisis SWOT Sebagai Landasan dalam Menentukan Strategi Pemasaran Perusahaan Pada PT. Rikio Indonesia Porwodadi”

Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memberikan bantuan kepada perusahaan agar mampu menyesuaikan dengan perubahan lingkungan perusahaan dan menetapkan strategi pemasaran yang lebih efektif, serta memberikan wawasan lebih kepada penulis pada khususnya dan kepada pembaca pada umumnya. Selain hal tersebut penulisan skripsi ini juga bertujuan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi, Jurusan manajemen, Universitas Merdeka Malang.

Penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang turut serta memberikan kontribusi kepada penulis, baik moral maupun spiritual. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada :

1. Drs. Maxion Sumtaky, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang.
2. Dra. Erna Setijani, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang.

3. Drs. Yarnest, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar membimbing penulis serta meluangkan waktunya hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Ekonomi yang telah mengajar dan mengarahkan penulis dalam mengikuti pendidikan di Universitas Merdeka Malang.
5. Bapak Agus Heri Cahyono dan seluruh karyawan serta karyawan PT. Rikio Indonesia Purwodadi, yang telah memberikan penjelasan serta bantuannya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ayah, Ibunda, yang telah memberikan doa dan segala pengorbanan, baik lahir maupun batin, serta pendidikan yang berharga tanpa batas. Semoga Allah SWT selalu mencurahkan berkat dan karunia-Nya serta kasih sayang-Nya, Amin.
7. Seluruh sahabat-sahabat penulis yang tercinta, Doan Mahendrata, Ahmad Halimi, Achmad Chamdani, Sony dan dan sahabat yang tidak mampu penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas doa dan bantuan selama ini, penulis tidak akan lupa hal tersebut, semoga Allah selalu memberkati kehidupan keluarga kalian.
8. Seluruh teman-teman kelas D '02 April, Farid, Rachmat, Safiqul dan semuanya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, penulis berharap selalu tetap berusaha untuk dapat menyelesaikan kuliah kalian, dan jangan patah semangat karena Allah punya rencana yang

baik kepada kalian semua. Penulis akan selalu berusaha untuk menyayangi dan menjaga persahabatan yang telah terjalin.

9. Seseorang yang selalu kurindukan dan kucintai yang telah memberikan dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Untuk itu penulis mengharapkan bantuan, saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan Skripsi ini. Dan harapan penulis semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Malang, juni 2006

Penulis

PujiSantoso

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI	iii
HALAMAN SURAT PENELITIAN	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAKSI.....	xv
 BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian.....	5
 BAB II : LANDASAN TEORI	
A. KerangkaTeori.....	6

1. Pengertian Perencanaan Strategi.....	6
2. Pentingnya Perencanaan Strategi.....	8
3. Proses Perencanaan Strategi.....	8
4. Strategi Pemasaran.....	13
5. Peranan Analisis Dan Diagonis Lingkungan.....	23
6. Analisis SWOT.....	28
7. ETOP (<i>Environmental Threat and Opportunity Profile</i>).....	32
8. SAP (<i>Strategy Advantage Profile</i>).....	33
9. Analisis BCG.....	34
10. Alternatif Pemilihan Strategi.....	37
B. Model Teori.....	39
AB III : METODE PENELITIAN	
A. Identifikasi dan Definisi Konseptual Variabel.....	41
1. Identifikasi Variabel.....	41
2. Definisi Konseptual Variabel.....	41
B. Definisi Operasional Variabel.....	42
C. Ruang Lingkup Penelitian.....	46
D. Lokasi Penelitian.....	47
E. Sumber Data.....	47
F. Teknik Pengumpulan Data.....	48

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	51
1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	51
2. Lokasi Perusahaan.....	52
3. Bentuk Hukum Perusahaan.....	54
4. Struktur Organisasi.....	54
5. Produksi dan Hasil Produksi.....	62
6. Pemasaran.....	65
7. Personalia.....	67
8. Keuangan Perusahaan.....	72
9. Tujuan Perusahaan.....	73
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
1. Analisis ETOP.....	75
2. Analisis SAP.....	86
3. Analisis SWOT.....	94
4. Diagram SWOT.....	95
5. Analisis BCG.....	96

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	103
B. Saran.....	104

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Tingkat Harga Produk Tahun 2004-2005 (Dalam Ribuan Rupiah).....	65
Tabel 2	Jumlah Karyawan.....	68
Tabel 3	Kualitas Pendidikan Karyawan.....	68
Tabel 4	Data PT. Rikio Indonesia Dengan Pesaing Tahun 2005.....	81
Tabel 5	Analisis ETOP.....	85
Tabel 6	Data Model Dan Pilihan Produk Tahun 2005.....	86
Tabel 7	Analisis SAP.....	93
Tabel 8	Data Perbandingan Penjualan Tahun 2004-2005 (Dalam Millyar Rupiah).....	98
Tabel 9	Data Pangsa PasaraRelatif Tahun 2004-2005.....	99
Tabel 10	Tingkat Pertumbuhan Pasar.....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Saluran pemasara barang konsumsi, barang industri dan jasa.....	20
Gambar 2	Kekuatan - kekuatan yang Mempengaruhi persaingan Industri.....	25
Gambar 3	Matrik Analisis SWOT.....	29
Gambar 4	ETOP.....	33
Gambar 5	SAP.....	34
Gambar 6	Pola Analisis BCG.....	35
Gambar 7	Model Teori.....	40
Gambar 8	Struktur Organisasi.....	56
Gambar 9	Skema Proses Produksi.....	64
Gambar 10	Saluran Distribusi.....	66
Gambar 11	Saluran Distribusi Tahun 2005.....	89
Gasambar 12	Diagram SWOT.....	96

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Data Pesanan dan Penjualan Tahun, 2004.....	106
Lampiran 2	Data Pesanan dan Penjualan Tahun, 2005.....	112
Lampiran 3	Data Perbandingan Jumlah Pesanan Buyer (Dalam PCS) 2004 – 2005.....	118
Lampiran 4	Data Perbandingan Jumlah Penjualan (Dalam Rupiah) 2004 – 2005.....	118

ABSTRAKSI

Dalam perkembangan dunia usaha dewasa ini terjadi pergeseran dari cara berusaha yang konvensional menuju kearah suatu usaha yang makin modern dan lebih bersaing. Hal ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya perusahaan yang didirikan melalui unit-unit usaha dalam perusahaan, semakin condong ke arah kompetisi dan persaingan yang tajam.

Untuk itulah perusahaan harus mampu mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dengan selalu menganalisis kesempatan apa saja yang dapat dimanfaatkan dan juga harus bersiap sedia dalam menghadapi ancaman-ancaman yang mungkin terjadi.

Dalam hal ini analisis SWOT mempunyai peranan sangat penting di dalam membantu mengidentifikasi dan menganalisis terhadap peluang maupun ancaman di lingkungan eksternal perusahaan, serta kekuatan maupun kelemahan di dalam lingkungan internal perusahaan sendiri. Dari proses penganalisaan lingkungan internal dan eksternal perusahaan maka akan dapat membantu perusahaan untuk menentukan strategi pemasaran yang benar-benar tepat agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan.

Strategi pemasaran merupakan strategi fundamental yang direncanakan untuk dapat mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang telah dimiliki. Strategi pemasaran ini diharapkan akan dapat digunakan di dalam perusahaan sepatu dan sandal PT. Rikio Indonesia.

Sehubungan dengan penganalisaan lingkungan tersebut, metode analisis yang digunakan adalah ETOP (Environmental Threat and Opportunity Profile) untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan lingkungan internal perusahaan, SAP (Strategy Advantage Profile) yang digunakan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman lingkungan eksternal perusahaan. Dari matrik ETOP dan SAP dikembangkan ke dalam Matrik SWOT, hal ini dapat dijabarkan menjadi strategi SO

(Strenght Oppurtunity) artinya pemanfaatan peluang untuk memperkuat kekuatan yang dimiliki perusahaan, ST (Strenght Threat) artinya kekuatan yang dimiliki untuk menghindari ancaman, WO (Weakness Oppurtunity) artinya memanfaatkan peluang untuk mengurangi kelemahan yang ada. Dan terakhir adalah WT (Weaknass Threat) artinya perlu mengurangi kelemahan yang ada untuk menghindari adanya ancaman. Diagram SWOT dalam hal ini membantu menentukan posisi perusahaan dan alternative strategi yang dapat dipakai oleh perusahaan. Dan terakhir adalah BCG (Boston Consulting Group) yang digunakan untuk dapat mengukur pertumbuhan pasar dan pertumbuhan pasar relatif yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan pesaing yang ada. Matriks BCG ini akan menentukan posisi perusahaan dan alternative strategi yang dapat digunakan.

Dari hasil penganalisaan akan dapat diketahui strategi pemasaran apa saja yang dapat digunakan oleh perusahaan. Dan yang paling utama dalam pembahasan ini adalah analisis SWOT sebagai landasan dalam menentukan strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh PT. Rikio Indonesia dengan menggunakan Strategi Pertumbuhan Internal melalui diversifikasi konsentrik. Yaitu dengan melakukan pengembangan pasar, pengembangan produk, dan pengembangan teknologi.