

**ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR KEPUTUSAN
STRATEGI PEMASARAN PADA
PR. KARYA TIMUR PRIMA MALANG**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

AHMAD HALIMI

02.22.0169

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
2006**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : AHMAD HALIMI
Nomor Pokok : 02.22.0169
Universitas : Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR KEPUTUSAN STRATEGI PEMASARAN PADA PR. KARYA TIMUR PRIMA MALANG**

Malang, Pebruari 2006

DISETUJUI DAN DITERIMA :

Ketua Program Studi



(Dra. Erna Setijani, MM)

Dosen Pembimbing



(Drs. M. Ch. Sina Setyadi, MBA)

Dekan Fakultas Ekonomi



(Drs. Maxion Sumtaky, MSi)

**ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR KEPUTUSAN
STRATEGI PEMASARAN PADA
PR. KARYA TIMUR PRIMA MALANG**

Dipersiapkan dan disusun oleh :
AHMAD HALIMI
02.22.0169

Telah Dipertahankan Didepan Dewan Penguji
Pada tanggal 17 Februari 2006

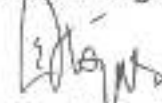
Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



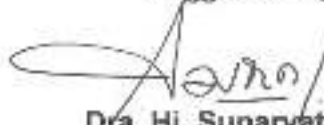
Drs. M. Ch. Sina Setyadi, MBA

Sekretaris Penguji



Dra. Eny Yuniriyanti, MM

Anggota Penguji



Dra. Hj. Sunaryati H, MM

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Malang, Februari 2006
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Merdeka Malang,



Drs. MAXION SUMTAKY, MSi

PR. KARYA TIMUR PRIMA

Izin HO Kodya Malang No. 503/048/428.113/1992

Sip No. 01023/F

Alamat : Jl. Karya Timur 19 ☎ (0341) 491884 Malang

SURAT KETERANGAN

No. ...01/11/KTP/2006...

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa mahasiswa :

Nama : Ahmad Halimi
NPK : 02.22.0169
Universitas : Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen

Telah benar-benar mengadakan penelitian di Perusahaan Rokok "Karya Timur Prima" Malang, dengan melakukan pengumpulan data dan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **"Analisis SWOT Sebagai Dasar Keputusan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan Rokok Karya Timur Prima Malang."**

Demikian surat keterangan ini kami berikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 02Februari 2006

A.n. Pimpinan Perusahaan

Personalia


(Sambang S.)

UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI

BERTITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : **AHMAD HALIMI**
 2. Nomor Pokok : **02220169**
 3. Jurusan : **Manajemen**
 4. Bidang Kajian Skripsi : **PEMASARAN**
 5. Judul Skripsi : **ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR KEPUTUSAN STRATEGI PEMASARAN PADA PR. KARYA TIMUR PRIMA MALANG**

6. Tanggal pengajuan Skripsi : **24 OKTOBER 2005**
 7. Tanggal selesai penulisan skripsi :
 8. Nama Dosen Pembimbing : **Drs. M. SINA SETYADI, MM**
 9. Keterangan Konsultasi :

No.	Tanggal Konsultasi	Paraf Pembimbing	Keterangan
1	10/1 06	Ch	Acc proposal
2	29/1 06	Ch	Revisi bab II & III - Janc
3	6/2 06	Ch	Acc bab I - V

Mengetahui / Menyetujui
Dosen Pembimbing

Drs. M. SINA SETYADI, MM

Malang,
Dekan

Drs. MAXION SUMTAKY, Mal

Catatan : Rangkap 2 (dua)
 1. untuk mahasiswa
 1. untuk Pembimbing

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : AHMAD HALIMI

Nomor Pokok : 02.22.0169

Universitas : Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Tempat, Tanggal Lahir : Malang, 03 September 1983

Alamat : Jl. Nurul Muttaqin No. 53 Malang

Nama Orang Tua (Ayah) : H. Masduqi

(Ibu) : Siti Maimuna

Riwayat Pendidikan : 1. MI Al – Usman Malang Lulus Tahun 1996

2. SLTP 10 Malang Lulus Tahun 1999

3. SMUN 6 Malang Lulus Tahun 2002

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

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 Dasar Keputusan Strategi Pemasaran Perusahaan Pada PR. Karya Timur Prima Malang.”**

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. Sina Setyadi, 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 Bambang S. dan seluruh karyawan serta karyawan PR. Karya Timur Prima Malang, yang telah memberikan penjelasan serta bantuannya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ayah, Ibunda dan Nenek tercinta, 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, Nurul Wahyuningsih, Indri Prasetyowati dan sahabat yang tidak mampu penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas doa dan bantuan selama ini, penulis tidak akan lupakan hal tersebut, semoga Allah selalu memberkati kehidupan keluarga kalian.
8. Seluruh temen-temen kelas D '02 April, Puji, Rachmat 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.

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, Pebruari 2006

Penulis

Ahmad Halimi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	iii
HALAMAN SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	iv
HALAMAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAKSI.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah.....	2
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Kegunaan Penelitian	3
BAB II LANDASAN TEORI.....	5
A. Pemasaran	5
1. Pengertian Pemasaran.....	5
2. Pengertian Strategi Pemasaran	6

B. Proses Perencanaan Strategi	7
C. Elemen-elemen Strategi Pemasaran	8
D. Langkah-langkah dan Proses Pemasaran	9
E. Daur Kehidupan Produk (PLC)	11
F. Pengamatan Lingkungan dan Variabel-variabel	
Lingkungan Internal – Eksternal	14
1. Pengamatan Lingkungan Internal	14
2. Pengamatan Lingkungan Eksternal	19
3. Matrik Faktor Strategi Internal	20
4. Matrik Faktor Strategi Eksternal	22
5. Faktor Kompetitif dan Strategi Kompetitif	23
6. Matrik Internal – Eksternal (I – E)	23
G. Analisis SAP dan ETOP	27
H. Analisis SWOT	28
I. Analisis SWOT Sebagai Dasar Keputusan Strategi	
Pemasaran	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Identifikasi dan Definisi Konseptual Variabel	33
B. Definisi Operasional Variabel	34
C. Ruang Lingkup Penelitian	35
D. Lokasi Penelitian	35
E. Sumber Data	35
F. Teknik Pengumpulan Data	36

	G. Teknik Analisa Data.....	37
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	38
	A. Hasil Penelitian.....	38
	1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	38
	2. Lokasi Perusahaan.....	39
	3. Bentuk Hukum Perusahaan.....	41
	4. Struktur Organisasi.....	41
	5. Manajemen Personalia.....	49
	6. Produksi dan Hasil Produksi.....	53
	7. Pemasaran	60
	8. Persaingan	64
	9. Tujuan Perusahaan	64
	B. Pembahasan Hasil Penelitian	66
	1. Analisis lingkungan Internal Perusahaan	66
	2. Analisis Lingkungan Eskternal Perusahaan	75
	3. Matrik IFAS	82
	4. Matrik EFAS	83
	5. Matriks Internal Eksternal (IE).....	84
	6. Matriks SWOT	85
	7. Diagram SWOT	87
	8. Alternatif Strategi.....	88
	9. Pemilihan Strategi Pemasaran.....	91

	10. Implementasi.....	92
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
	A. Kesimpulan.....	94
	B. Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Teknik Membedah Kasus Bisnis Matrik Strategi Internal (IFAS)	22
2. Teknik Membedah Kasus Bisnis Matrik Strategi Eksternal (EFAS).....	23
3. Teknik Membedah Kasus Bisnis Model Matrik Internal – Eksternal.....	24
4. Teknik Membedah Kasus Bisnis Model Matrik Internal – Eksternal	26
5. Jumlah Karyawan Tahun 2005.....	50
6. Kualitas Pendidikan Karyawan Tahun 2005.....	50
7. Produk yang Dihasilkan Perusahaan Rokok Pesaing.....	68
8. Harga Jual Produk/Pack.....	70
9. Tipe Saluran Distribusi	72
10. Cakupan Daerah Pemasaran	73
11. Agen Perusahaan Rokok Karya Timur Prima.....	74
12. Matrik IFAS.....	83
13. Matrik EFAS	84
14. Matriks Internal Eksternal	85
15. Matriks SWOT	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Tahap-tahap Proses Strategi Pemasaran	11
2. Daur Hidup Produk	12
3. Empat Sel Analisis SWOT	30
4. Struktur Organisasi Perusahaan Rokok Karya Timur Prima Malang	44
5. Skema Proses Produksi	59
6. Diagram SWOT	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Target Produksi dan Realisasi Produksi Rokok (Ball) Tahun 2005
2. Penjualan Rokok (Ball) Tahun 2005

ABSTRAKSI

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi maka berbagai jenis barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen dapat diproses dan disediakan dalam jumlah yang cukup. Keadaan ini menimbulkan terciptanya persaingan antar perusahaan tidak dapat dihindari. Terutama antar perusahaan yang menghasilkan barang dan jasa yang sejenis. Untuk itu perusahaan perlu memiliki strategi pemasaran yang tepat dalam melakukan kegiatan perusahaan, agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Salah satu alat yang dapat digunakan untuk menentukan strategi pemasaran adalah menggunakan analisis SWOT.

Sehubungan dengan analisis SWOT tersebut, metode analisis yang digunakan adalah IFAS (*internal factor strategy summery*) untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan lingkungan internal perusahaan yang meliputi produk, harga, distribusi dan promosi. Sedangkan untuk lingkungan eksternal perusahaan menggunakan EFAS (*external factor strategy summery*) yang terdiri dari kondisi ekonomi, pemerintah, teknologi, sosial budaya dan pesaing. Dari IFAS dan EFAS tersebut dikembangkan menjadi matriks IE (internal – eksternal) untuk mengetahui strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan. Dan matriks IFAS dan EFAS ini dikembangkan lagi ke dalam matriks SWOT, hal ini dapat dijabarkan menjadi strategi SO (*strategy opportunity*) artinya pemantauan peluang untuk memperkuat kekuatan yang dimiliki perusahaan ST (*strength threat*) artinya kekuatan yang dimiliki untuk menghindari, ancaman, WO (*weakness opportunity*) artinya menambahkan peluang untuk mengurangi kelemahan yang ada. Dan terakhir adalah WT (*weakness threat*) artinya perlu mengurangi kelemahan yang ada untuk menghindari ancaman. Diagram SWOT dalam hal ini membantu memerlukan posisi perusahaan alternatif strategi yang dapat dipakai oleh perusahaan.

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 dasar keputusan strategi pemasaran oleh PR. Karya Timur Prima Malang adalah dengan menggunakan strategi pertumbuhan internal melalui diversifikasi yaitu dengan melakukan pengembangan pasar pengembangan produk, dan pengembangan teknologi.