

**STRATEGI PEMASARAN PADA *HOME INDUSTRI*
BONEKA IRFAN TOYS**

SKRIPSI

Oleh :

Giri Sentanu

201510325143



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

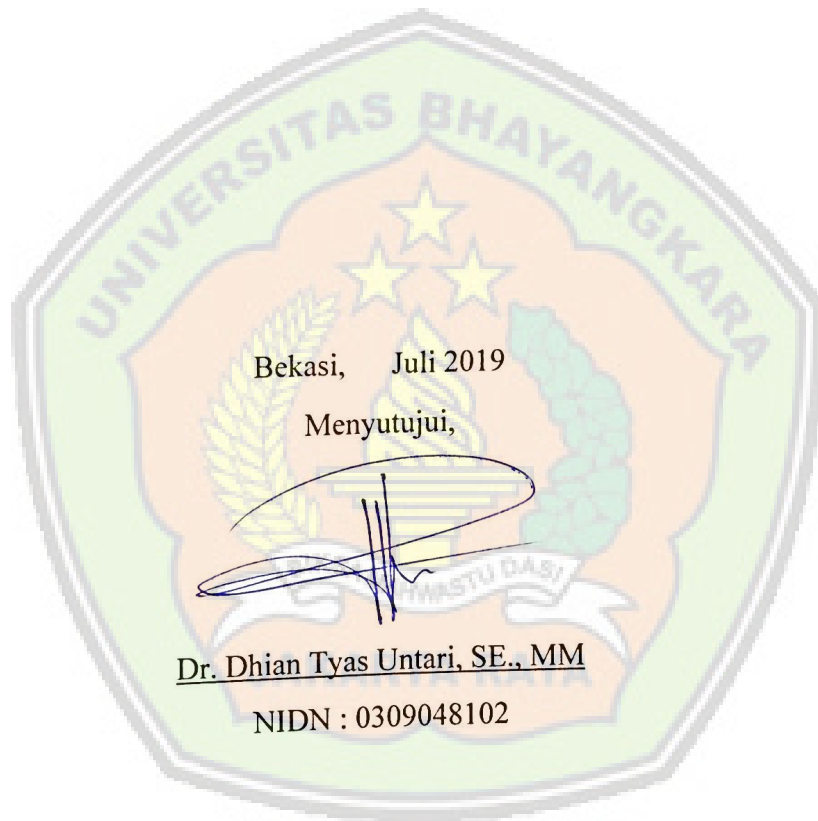
Judul Proposal : Strategi Pemasaran Pada *Home Industry*
Boneka Irfan Toys

Nama Mahasiswa : Giri Sentanu

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325143

Program Studi/ Fakultas : Manajemen / Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 29 Juli 2019



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran pada *Home Industry* Boneka
Irfan Toys
Nama Mahasiswa : Giri Sentanu
Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325143
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 29 Juli 2019

Jakarta, Juli 2019

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Drs. Soehardi, MBA, Ph.D (.....)

NIDN 0311096604

Penguji I : M. Fadhli Nursal S.E., M.M (.....)

NIDN 0325057908

Penguji II : Dr. Dhian Tyas Untari, MM (.....)

NIDN 0309048102

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

M. Fadhli Nursal SE, M.M

NIDN : 0325057908

Dekan Fakultas
Ekonomi

DR. Sugeng Suroso SE, MM

NIDN : 0316066201

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, kasih sayang, dan kemudahan yang diberikan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan Jalur Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian *Fashion Branded Matahari*”. Tidak lupa sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini sengaja peneliti buat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu di dalam proses penyusunan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya, khususnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Bambang Karsono, SH., MM., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Sugeng Suroso, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya,
3. Bapak M. Fadhli Nursal, SE, MM selaku Kaprodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya,
4. Ibu, Dr. Dhian Tyas Untari, SE., M.M selaku Dosen Pembimbing yang memberikan arahan dan masukan kepada peneliti.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada peneliti.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu peneliti sangat terbuka dalam menerima saran dan kritik yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Jakarta, Juli 2019



Giri Sentanu

ABSTRAK

Skripsi ini dibuat dengan tujuan untuk menentukan strategi pemasaran yang dilakukan pada *Home Industry* Boneka Irfan Toys khususnya bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang diterapkan perusahaan. Kemudian untuk mengetahui hasil analisa Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman serta gambaran strateginya sehingga dapat diaplikasikan untuk peningkatan penjualan produk. Dengan menggunakan Teknik penelitian SWOT, Matriks SWOT, EFAS, dan IFAS serta diagram cartecius. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu studi kasus yang menghasilkan data-data deskriptif yang dituangkan dalam kata-kata. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini penulis melakukan kunjungan langsung ke *Home Industry* Boneka Irfan Toys untuk melakukan wawancara pribadi dengan pemilik perusahaan yaitu Bapak Teguh. Kesimpulan dari analisis yang dilakukan pada strategi pemasaran Irfan Toys adalah perusahaan telah menjalankan strategi pemasaran dengan benar dan tepat dan pada perhitungan analisis SWOT yang dituangkan pada diagram cartesius Irfan Toys berada di posisi kuadran 1 yaitu agresif dengan penerapan strategi *Growth Oriented Strategy*. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah perusahaan harus lebih memaksimalkan produksi dimana perusahaan mendapatkan respon baik dari konsumen terkait kualitas produk, penetapan harga, menggunakan promosi pada social media dan memberikan jaminan kepada konsumen untuk produk yang terjadi kerusakan, serta dengan memanfaatkan peluang pasar yang sebesar-besarnya.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Analisis SWOT, Matriks IFAS dan EFAS, Diagram Cartesius, Matriks SWOT.

ABSTRACT

This thesis was made with the aim of determining the marketing strategy carried out on the doll house industry of Irfan Toys especially Marketing Mix applied by the company. Then to find out the results of the analysis of Strength Weakness, Opportunities, and Threat and the description of the strategy so that it can be applied to increase product sales. By using SWOT research techniques, Matrix SWOT, EFAS, and IFAS matrix and cartecius diagrams. This research uses qualitative methods, namely case studies that produce descriptive data as outlined in words. The data collection technique in this study the author made a direct visit to the Doll House Industry of Irfan Toys to conduct a personal interview with the owner of the company, Mr. Teguh. The conclusion of the analysis carried out on the marketing strategy of Irfan Toys is that the company has carried out the marketing strategy correctly and precisely and in the SWOT analysis as outlined in the cartesius diagram of Irfan Toys is inquadrant 1 position which is aggressive with the application of Growth Oriented Strategy. The strategy that must be applied in this condition is that the company must further maximize production where the company gets a good response from consumers related to product quality, pricing, using promotion on social media and providing guarantees to consumers for products that are damaged, as well as by utilizing a large market opportunity the amount.

Keywords : Marketing Strategy, Marketing Mix, SWOT Analysis, IFAS and EFAS Matrix, Cartesius Diagram, SWOT Matrix.

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran pada Home Industry Boneka Irfan Toys” ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya mengizinkan pula kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, Juli 2019

Yang Membuat Pernyataan



Giri Sentanu

201510325143

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Batasan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.6 Sistematika Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Konsep Pemasaran	6
2.2 Strategi Pemasaran	7
2.3 Konsep Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	10
2.4 Analisis SWOT	11
2.4.1 Matriks SWOT	11
2.5 Kerangka Pikir	13
2.6 Hipotesis Penelitian.....	13
2.7 Kajian Terdahulu.....	13

BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1 Desain Penelitian.....	17
3.2 Jenis Data	17
3.3 Tahapan Penelitian	17
3.4 Model Konseptual	18
3.5 Operasional Variabel.....	19
3.6 Waktu dan Tempat Penelitian	19
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.8 Metode Pengambilan Sampling	20
3.9 Metode Analisis Data.....	20
3.9.1 Analisa Deskriptif	20
3.9.2 Analisis SWOT	20
3.9.3 Matrik IFAS dan EFAS.....	21
3.9.3.1 Matrik IFAS	21
3.9.3.2 Matrik EFAS	21
3.9.4 Matrik Grand Strategy.....	22
3.9.4.1 Matrik TWOS atau SWOT.....	23
BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN	25
4.1 Profil Perusahaan	25
4.2 Analisis SWOT	26
4.3 Matriks SWOT.....	35
BAB V PENUTUP.....	41
5.1 Kesimpulan	41
5.2 Implikasi Manajerial	41
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Analisis SWOT pada Home Industri Boneka Irfan Toys	26
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas.....	27
Tabel 4.3 Hasil Uji Reabilitas	28
Tabel 4.4 Penentuan Bobot Faktor-Faktor Kekuatan dan Kelemahan.....	29
Tabel 4.5 Penentuan Bobot Faktor-Faktor Peluang dan Ancaman	30
Tabel 4.6 Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>)	32
Tabel 4.7 Matriks EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>).....	34
Tabel 4.8 Matriks SWOT/TWOS	37



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT	12
Gambar 2.2 Kerangka Pikir.....	13
Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian	18
Gambar 3.2 Diagram Analisis SWOT	22
Gambar 3.3 Matriks SWOT	23
Gambar 4.1 Diagram Cartesius Analisis SWOT Home Industri Boneka Irfan Toys.....	36



DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran Uji Plagiat Skripsi
2. Lampiran Uji Referensi Skripsi
3. Lampiran 3 Daftar Pertanyaan Wawancara dan Hasil Wawancara
4. Lampiran 4 Lampiran Kuesioner
5. Lampiran 5 Tabulasi Data
6. Lampiran 6 Hasil Uji Validitas
7. Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas
8. Daftar Riwayat Hidup

