

**ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN  
STRATEGI PEMASARAN BISNIS INDOMARET SPBU  
UNDERPASS RAYA BEKASI**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Fitri Diana**

**201810325130**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2022**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi  
Pemasaran Bisnis Indomaret SPBU  
Underpass Raya Bekasi

Nama Mahasiswa : Fitri Diana

Nomer Pokok Mahasiswa : 201810325130

Program Studi/ Fakultas : Manajemen/ Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Juli 2022



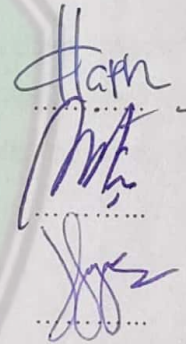
## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi  
Pemasaran Bisnis Indomaret SPBU  
Underpass Raya Bekasi  
Nama Mahasiswa : Fitri Diana  
Nomer Pokok Mahasiswa : 201810325130  
Program Studi/ Fakultas : Manajemen/ Ekonomi dan Bisnis  
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Juli 2022

Jakarta, 18 Juli 2022

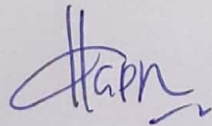
MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Hadita, S.Pd., M.M.  
NIDN : 0329048302  
Penguji I : Nita Komala Dewi, S.I.Kom., M.M.  
NIDN : 0314048302  
Penguji II : Haryudi Anas, S.E., MSM.  
NIDN : 0317117801



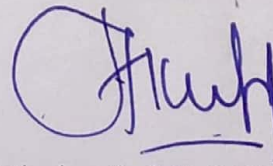
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen



Dr. Hadita, S.Pd., M.M.  
NIDN : 0329048302

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak.  
NIDN : 0318107101

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Bisnis Indomaret SPBU Underpass Raya Bekasi 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 di kemudian 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 memberikan izin 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, 18 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



Fitri Diana

201810325130

## ABSTRAK

**Fitri Diana. 201810325130.** Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Bisnis Indomaret SPBU Underpass Raya Bekasi

Fenomena perkembangan usaha di Indonesia ini telah mengalami peningkatan yang cukup pesat. Hampir tidak ditemukan lagi sebuah merek yang bisa berjalan sendiri tanpa mengalami persaingan. Persaingan terlihat semakin sengit ketika banyak dijumpai gerai minimarket yang saling berdekatan dan juga berdampingan. Maka dari itu setiap perusahaan harus memiliki strategi pemasaran untuk konsumen guna meningkatkan penjualan perusahaan dan juga bersaing dengan kompetitor. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Bisnis Indomaret SPBU Underpass Raya Bekasi. Untuk mengetahui Strategi Pemasaran yang tepat pada Indomaret SPBU Underpass Raya Bekasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan menurut Miles & Huberman (1992: 16) terdiri dari tiga alur yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi. Hasilnya menunjukkan bahwa berdasarkan Matriks SWOT 4 Kuadran, Indomaret SPBU Underpass Raya berada di kuadran I yaitu strategi pertumbuhan Agresif (*Growth Oriented Strategy*) yang artinya situasi yang sangat menguntungkan karena memiliki peluang dan kekuatan yang tinggi sehingga dapat memanfaatkan kesempatan yang ada. Strategi pemasaran yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung semua kekuatan yang dimiliki perusahaan dan memanfaatkan kesempatan atau peluang yang ada.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Matriks IFAS, Matriks EFAS

## ABSTRACT

**Fitri Diana. 201810325130.** SWOT Analysis in Determining Business Marketing Strategy for Indomaret SPBU Underpass Raya Bekasi

The phenomenon of business development in Indonesia has experienced a fairly rapid increase. Almost no longer found a brand that can run alone without experiencing competition. Competition looks increasingly fierce when there are many minimarket outlets that are close to each other and also side by side. Therefore, every company must have a marketing strategy for consumers to increase company sales and also compete with competitors. The purpose of this study was to determine the SWOT analysis in determining Business Marketing Strategy for Indomaret SPBU Underpass Raya Bekasi. To find out the right Marketing Strategy at Indomaret SPBU Underpass Raya Bekasi. The research method used in this study is a qualitative method. Data collection techniques using observation, interviews, and documentation. The data analysis technique using according to Miles & Huberman (1992: 16) consists of three paths, namely: data reduction, data presentation, conclusion drawing/verification. The results show that based on the 4 Quadrant SWOT Matrix, Indomaret Gas Station Underpass Raya is in quadrant I, namely an Aggressive growth strategy (Growth Oriented Strategy) which means a very profitable situation because it has high opportunities and strengths so that it can take advantage of existing opportunities. The marketing strategy that must be applied in this condition is to support all the strengths of the company and take advantage of existing opportunities or opportunities.

Keywords: SWOT Analysis, IFAS Matrix, EFAS Matrix

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang mana telah memberikan kesehatan dan karunia-Nya kepada saya serta kekuatan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Bisnis Indomaret SPBU Underpass Raya Bekasi”. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa di dalam penulisan skripsi ini, Penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Almarhum Ayah Gusman dan Ibu Korisah tercinta yang senantiasa memberikan rasa sayang, didikan, materi serta doa yang selalu di panjatkan pada Allah.
2. Bapak Irjen Pol. (Purn) Drs. H. Bambang Karsono, S.H, M.M selaku Rektor Universitas Bahyangkara Jakarta Raya Bekasi.
3. Ibu Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bahyangkara Jakarta Raya Bekasi.
4. Ibu Dr. Hadita S.Pd., M.M selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi.
5. Bapak Haryudi Anas, S.E. M.S.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya dan dengan sabar memberikan bimbingan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Indah Rizky Maulia, S.Psi.,M.M. selaku dosen Pembimbing Akademik.
7. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Bahyangkara Jakarta Raya Bekasi.
8. Ifan Saputra sebagai partner special, terimakasih telah menjadi partner dalam segala hal yang baik.
9. Windy Widyawati, Milla Khauliya, Ririn Agustin sahabat yang selalu memberikan canda tawa, dan selalu ada di saat suka dan duka sejak awal kuliah sampai sekarang.
10. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan secara satu persatu. Yang telah memberikan bantuannya sehingga skripsi ini selesai.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini, penulis berharap semoga skripsi ini dapat membantu dan menambah wawasan bagi bagi para pembaca.

Bekasi, 29 Maret 2022

Penulis,

Fitri Diana

201810325130





## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian .....	3
1.4. Manfaat Penelitian .....	4
1.5. Batasan Masalah .....	4
1.6. Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II</b> .....	6
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
2.1 Analisis SWOT.....	6
2.1.1 Pengertian Analisis SWOT .....	6
2.1.2 Tujuan Analisis SWOT.....	6
2.1.3 Faktor-Faktor Analisis SWOT .....	7
2.1.4 Matriks IFAS ( <i>Internal Factors Analisis Summary</i> ) .....	7

2.1.5	Matriks EFAS ( <i>External Factor Analisis Summary</i> ) .....	9
2.1.6	Diagram Analisis SWOT .....	11
2.1.7	Matriks SWOT .....	12
2.2	Strategi Pemasaran.....	13
2.2.1	Pengertian Strategi.....	13
2.2.2	Pengertian Pemasaran .....	13
2.2.3	Pengertian Strategi Pemasaran .....	14
2.3	Strategi Bauran Pemasaran 4P .....	14
2.3.1	Produk ( <i>Product</i> ).....	14
2.3.2	Harga ( <i>Price</i> ).....	15
2.3.3	Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	15
2.3.4	Tempat ( <i>Place</i> ).....	15
2.4	Penelitian Terdahulu .....	15
2.5	Kerangka Pemikiran .....	24
<b>BAB III</b>	.....	<b>25</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b>	.....	<b>25</b>
3.1	Desain Penelitian .....	25
3.2	Tahapan Penelitian.....	25
3.3	Model Konseptual Penelitian .....	26
3.4	Operasional Variabel .....	26
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian .....	26
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.7	Sampel.....	27
3.8	Sumber Data.....	28
3.9	Teknik Analisis data .....	28
<b>BAB IV</b>	.....	<b>30</b>

<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	30
4.1    Profil Perusahaan .....	30
4.2    Visi dan Budaya Perusahaan .....	31
4.3    Hasil Analisis Bauran Pemasaran.....	31
4.4    Analisis SWOT.....	35
4.4.1.    Analisis SWOT pada Indomaret SPBU Underpass Raya Bekasi.....	36
4.4.2.    Hasil Analisis Matriks IFAS ( <i>Internal Factor Analisis Summary</i> ) .....	43
4.4.3.    Hasil Analisis Matriks EFAS ( <i>External Factor Analisis Summary</i> ) ...	44
4.4.4.    Matriks SWOT 4 Kuadran .....	46
4.4.5.    Hasil Matriks SWOT Penerapan Strategi Pemasaran Indomaret SPBU Underpass Raya .....	47
<b>BAB V</b> .....	52
<b>PENUTUP</b> .....	52
5.1    Kesimpulan.....	52
1.2    Implementasi Manajerial.....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Global Retail Development Index .....	1
Gambar 1. 2 YouGov Rankings 2021 in Indonesia: General Retail.....	2
Gambar 2. 1 Diagram Analisis SWOT .....	11
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran .....	24
Gambar 3. 1 Model Konseptual.....	26



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matriks IFAS.....	8
Tabel 2. 2 Matriks EFAS .....	9
Tabel 2. 3 Matriks SWOT .....	12
Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 4. 1 Analisis SWOT pada Indomaret SPBU Underpass Raya Bekasi .....	42
Tabel 4. 2 Matriks IFAS.....	43
Tabel 4. 3 Matriks EFAS .....	45
Tabel 4. 4 Hasil Matriks SWOT Penerapan Strategi Pemasaran .....	47

