

**PENINGKATAN PEMASARAN USAHA
AYAM BAKAR
DENGAN METODE *SWOT***

SKRIPSI

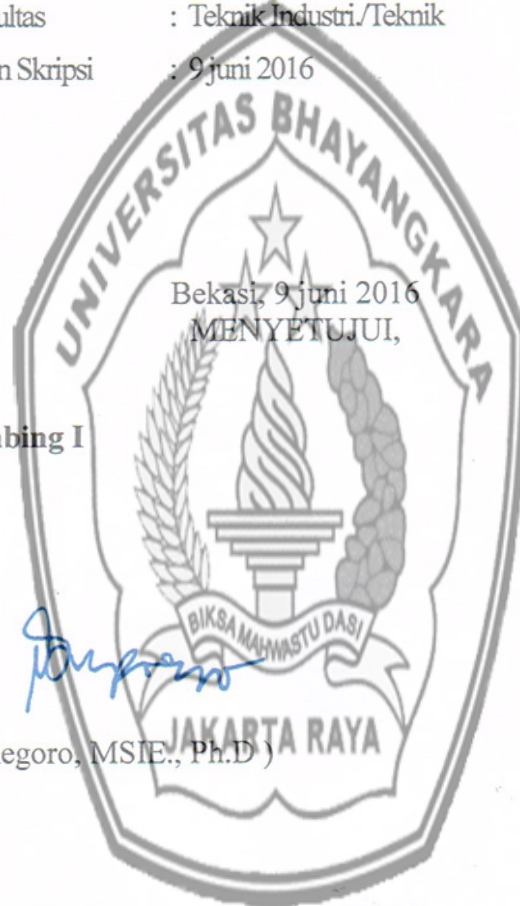
**Oleh :
ERIK PRAYOGO
201110215079**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2016**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Peningkatan Pemasaran Usaha Ayam Bakar
dengan Metode SWOT
Nama Mahasiswa : Erik Prayogo
Nomer Pokok Mahasiswa : 201110215079
Program Studi/Fakultas : Teknik Industri./Teknik
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 9 juni 2016



Pembimbing I

Ahmad Diponegoro
(Ahmad Diponegoro, MSIE., Ph.D)

Pembimbing II

Apriyani
(Apriyani, ST., MT)

LEMBAR PENGESAHAN


Judul Skripsi : Peningkatan Pemasaran Usaha Ayam Bakar
dengan Metode SWOT
Nama Mahasiswa : Erik Prayogo
Nomer Pokok Mahasiswa : 201110215079
Program Studi/Fakultas : Teknik Industri./Teknik
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 1 Februari 2016

Bekasi, 9 Juni 2016
MENGENAL,


Pembimbing I


(Ahmad Diponegoro, MSIE., Ph.D)

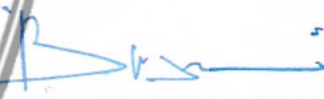
Pembimbing II


(Apriyani, ST., MT)

Penguji I


(Denny Siregar, ST., M.Sc)

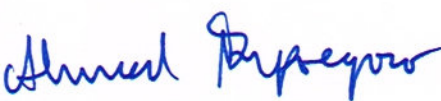
Penguji II


(Purwo Wahyu Bhaskoro, ST., MT)

MENGETAHUI,


Dekan

Fakultas Teknik Industri


(Ahmad Diponegoro, MSIE., Ph.D)

Ketua Program Studi

Teknik Industri


(Denny Siregar, ST., MSc)

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul PENINGKATAN PEMASARAN USAHA AYAM BAKAR DENGAN METODE *SWOT* 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 difoto copy melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi 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.

Bekasi, 9 juni 2016

Yang membuat pernyataan



Erik Prayogo
20110215079

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dan berdaya saing dengan terlebih dahulu mengidentifikasi, menilai faktor-faktor baik internal maupun eksternal lingkungan yang mempengaruhi usaha tersebut. Hal ini dilakukan menggunakan metode analisis *SWOT* (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Analisis *SWOT* adalah analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman maupun kelemahan dan kekuatan yang ada dalam perusahaan.

Penelitian ini dilakukan dengan metode observasi langsung dengan menggunakan kuesioner, data pustaka, serta sumber-sumber yang ada. Hasilnya kemudian diuraikan dengan analisis deskriptif, kemudian diolah dengan metode *SWOT*. Faktor-faktor internal dan eksternal, strategi serta perencanaan merupakan variabel mandiri.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan adalah pengembangan produk. Perusahaan dapat menggunakan strategi yang ada dengan memperbaiki beberapa kelemahan dan menghindari serta bertahan menghadapi ancaman dengan menciptakan strategi yang bisa bersaing.

Kata kunci: Strategi perusahaan, *SWOT*, Faktor internal, Faktor eksternal



ABSTRACT

This study aims to determine the right marketing strategy and competitive by first identifying, assessing factors both internal and external environment that affects the business. This is done using the method of SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). Analysis of swot analysis is used to identify opportunities and threats as well as strengths and weaknesses that exist in the company.

This research was conducted using direct observation using a questionnaire, the literature data, as well as existing sources. The results are then described by descriptive analysis, and then processed by the method swot. Factors internal and external, strategy and planning is the independent variable.

Research shows that the marketing strategy is the development of products, companies can use existing strategies to improve some weaknesses and avoid and survive the threat by creating strategies that can compete.

Keywords: Corporate strategy, SWOT, Internal factors, External factors.



LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ERIC PRAYOGO
NPM/NIP : 201110215079
Program Studi : Teknik Industri
Fakultas : Teknik
Jenis Karya : Skripsi / Tesis / Karya Ilmiah*

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*), atas karya ilmiah saya yang berjudul:

..... Peningkatan Pemasaran Usahayawan Bakar
..... dengan metode SWOT
.....

beserta perangkat yang ada (bila diperlukan). Dengan hak bebas royalti non-eksklusif ini, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

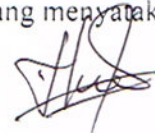
Segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Bekasi

Pada tanggal : 25 Agustus 2016

Yang menyatakan,


(Eric Prayogo)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Peningkatan pemasaran usaha ayam bakar dengan metode *SWOT*”. Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam menempuh Studi Strata 1 (S-1) Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis memahami dan menerapkan ilmu yang telah didapatkan dari proses perkuliahan yaitu berupa teori dan kemudian penulis membandingkan dengan apa yang penulis terima dari penelitian yang telah dilakukan di Usaha ayam bakar CJDW. Semoga hal tersebut dapat berguna khusus bagi penulis jika terjun ke dalam dunia kerja.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat selesai karena adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Ahmad Diponegoro, MSIE., Ph.D. Selaku Dekan Fakultas teknik dan selaku dosen pembimbing I.
2. Ibu Denny Siregar, ST., M.Sc. Selaku Kaprodi Program Studi Teknik Industri.
3. Ibu Apriyani, ST., MT. Selaku pembimbing II.
4. Orang tua yang telah merawat dan membesarkan saya hingga saat ini.
5. Semua teman dan pihak lain yang membantu saya .

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari skripsi ini baik dari materi maupun teknik penyajiannya, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

Akhir kata penulis berharap semoga laporan ini dapat diterima dan bermanfaat bagi yang membacanya.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Bekasi, 9 juni 2016

Erik Prayogo



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Diskripsi Masalah.....	2
1.3 Identifikasi Masalah.....	4
1.4 Rumusan Masalah.....	4
1.5 Pembatasan Masalah.....	5
1.6 Tujuan Penelitian.....	5
1.7 Metodologi Penelitian.....	5
1.8 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Pemasaran.....	7
2.1.1 Tujuan Kegiatan Pemasaran.....	8
2.1.2 Perencanaan Strategi Pemasaran.....	8

2.2 Metode SWOT.....	9
2.2.1 Pengertian SWOT.....	9
2.2.2 Fungsi SWOT.....	12
2.2.3 Matrik SWOT.....	12
2.3 Perencanaan.....	14
2.3.1 Cakupan Perencanaan Bisnis.....	14
2.3.2 Manfaat Perencanaan.....	15
2.3.3 Fungsi Perencanaan.....	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	16
3.1 Lokasi Penelitian.....	16
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	16
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	17
3.3.1 Jenis Data.....	17
3.3.2 Sumber Data.....	17
3.4 Jenis Penelitian.....	18
3.5 Sample Penelitian.....	18
3.6 Batasan Operasional Variabel.....	18
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	18
3.8 Kerangka Analisis Kasus.....	20
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	22
4.1 Latar Belakang.....	22
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	22
4.1.2 Profil Perusahaan.....	23

4.2 Analisa Lingkungan.....	23
4.2.1 Analisa Lingkungan Eksternal.....	23
4.2.2 Analisa Lingkungan Internal.....	25
4.3 Analisis SWOT.....	27
4.3.1 Kuesioner Riset SWOT.....	27
4.3.2 Kekuatan dan Kelemahan.....	28
4.3.3 Peluang dan Ancaman.....	30
4.3.4 Analisis Strategi Internal dan Strategi Eksternal.....	32
4.3.5 Formulasi Strategi.....	42
4.4 Rencana Pengembangan.....	44
BAB V PENUTUP	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tabel penjualan ayam bakar bulan Januari- Juni	2
Tabel 2.1 Tabel matrik SWOT	12
Tabel 4.1 Tabel data penjualan	25
Tabel 4.2 Tabel Rincian modal awal	26
Tabel 4.3 Tabel kuesioner	27
Tabel 4.4 Tabel analisis SWOT	32
Tabel 4.5 Tabel IFAS	34
Tabel 4.6 Tabel EFAS	37
Tabel 4.7 Tabel matrik SWOT	40
Tabel 4.8 Tabel modal awal	46
Tabel 4.9 Tabel total modal bulan ke-2	48
Tabel 4.10 Tabel total modal bulan ke-3	49
Tabel 4.11 Tabel total modal bulan ke-4	51
Tabel 4.12 Tabel total modal bulan ke-5	52
Tabel 4.13 Tabel perhitungan NPV skema optimis	54
Tabel 4.14 Tabel perhitungan NPV skema pesimis	55



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik penjualan ayam bakar bulan Januari-Juni	3
Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT	11
Gambar 3.1 Diagram analisis kasus	20
Gambar 4.1 Diagram certasius pengolahan data eksternal dan internal	39

