

SKRIPSI

PENERAPAN METODE SWOT PADA STRATEGI

MANAJEMEN PEMASARAN DAN PENJUALAN

PRODUK IMPOR UNTUK MENCAPAI HASIL

PENJUALAN YANG OPTIMAL DI CV. TANUR

GEMILANG

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi (S1) pada

Fakultas Teknik Industri Universitas Bhayangkara Jakarta Raya



Di susun oleh:

Nama : Indah Rahmadani

Npm : 2010.1021.5043

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2014



**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
FAKULTAS TEKNIK**

Kampus I : Jl. Darmawangsa I/1 Kebayoran Baru Jakarta
Selatan 12140

Kampus II : Jl Perjuangan Raya Bekasi Utara Telp : 021.
88955882

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa SKRIPSI ini tidak merupakan hasil plagiat laporan yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi lain, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis sebagai dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bekasi, 30 Juni 2014

METERAI
TEMPEL
FAKAS MEMBERSI BANGSA
TGL
47ECC00F78A92E885
EKAM MUR BONDHI
6000 DJP

Indah Rahmadani

201010215043

LEMBAR KETERANGAN PENELITIAN

Tahun Akademik 2014/2015

NAMA : Indah Rahmadani
NPM : 2010-10-2150-43
NAMA PERUSAHAAN : CV.TANUR GEMILANG
TOPIK PEMBAHASAN : Penerapan Metode SWOT Pada Strategi Manajemen Pemasaran Dan Penjualan Produk Impor Untuk Mencapai Hasil Yang Optimal Di CV.Tanur Gemilang
TANGGAL PELAKSANAAN : 20 Desember - 30 Juni 2014

Menyetujui,

HRD Cv.Tanur Gemilang

Senior Marketing



(Rizaludin, SE)

(Farida Said)



**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
FAKULTAS TEKNIK**

Kampus I : Jl. Darmawangsa I/1 Kebayoran Baru Jakarta
Selatan 12140

Kampus II : Jl Perjuangan Raya Bekasi Utara Telp : 021.
88955882

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Indah Rahmadani

Npm : 201010215043

**Judul : Penerapan Metode SWOT Pada Strategi Manajemen Pemasaran Dan
Penjualan Produk Impor Untuk Mencapai Hasil Yang Optimal Di CV.Tanur
Gemilang**

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Achmad Muhazir. Ir.,MT

Denny Siregar, ST.M.Sc



UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
FAKULTAS TEKNIK

Kampus I : Jl. Darmawangsa I/1 Kebayoran Baru Jakarta
Selatan 12140

Kampus II : Jl Perjuangan Raya Bekasi Utara Telp : 021.
88955882

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

Nama : Indah Rahmadani
NPM : 2010.1021.5043.
Pembimbing I : Achmad Muhazir. Ir.,MT
Judul : Penerapan Metode SWOT Pada Strategi Manajemen Pemasaran
Dan Penjualan Produk Impor Untuk Mencapai Hasil Yang
Optimal Di CV.Tanur Gemilang.

PEMBIMBING METODOLOGI

NO	TANGGAL BIMBINGAN	PERMASALAHAN	PARAF PEMBIMBING
1	24 - 02 - 2014	Bab I dan Bab II Revisi	
2	26 - 02 - 2014	Bab I dan Bab II Revisi OK	
4	25 - 04 - 2014	Bab III Revisi OK	
5	16 - 05 - 2014	Bab III dan Bab IV Revisi	
6	18 - 05 - 2014	Bab I - Bab III Revisi	
7	20 - 05 - 2014 ,	Bab III - Bab V Revisi :	
10	12 - 08 - 2014	Revisi Pasca Sidang	

Dosen Pembimbing I

Ka.Prodi Teknik Industri

Achmad Muhazir. Ir.,MT

Achmad Muhazir. Ir.,MT.



**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
FAKULTAS TEKNIK**

Kampus I : Jl. Darmawangsa I/1 Kebayoran Baru Jakarta
Selatan 12140

Telepon : 021. 7231948-7267655 Fax: 7267657

Kampus II : Jl Perjuangan Raya Bekasi Utara, Telp : 021.
88955882

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

Nama : Indah Rahmadani
NPM : 2010.1021.5043.
Pembimbing II : Denny Siregar, ST. M.sc
Judul : Penerapan Metode SWOT Pada Strategi Manajemen Pemasaran
Dan Penjualan Produk Impor Untuk Mencapai Hasil Yang
Optimal Di CV.Tanur Gemilang.

PEMBIMBING MATERI

NO	TANGGAL BIMBINGAN	PERMASALAHAN	PARAF PEMBIMBING
1	24 - 02 - 2014	Bab I, Bab II, Latar belakang, Landasan Teori	
2	22 - 04 - 2014	Bab III Revisi	
3	16 - 05 - 2014	Bab III dan Bab IV	
4	18 - 05 - 2014	Bab I - Bab III	
5	20 - 05 - 2014	Bab III dan Bab IV	
6	27 - 06 - 2014	Bab IV dan Bab V	
7	06 - 07 - 2014	Bab I, Bab II dan Bab III	
8	08 - 07 - 2014	Bab III, Bab IV dan Bab V	

NO	TANGGAL BIMBINGAN	PERMASALAHAN	PARAF PEMBIMBING
9	10 – 07 – 2014	Bab I – Bab V Revisi	<i>Amf</i>
10	22 – 07 – 2014	Seminar Skripsi	<i>Amf</i>
11	07 – 08 – 2014	Sidang Skripsi	<i>Amf</i>
12	12 – 08 – 2014	Revisi Pasca Sidang	<i>Amf</i>

Dosen Pembimbing II

Ka.Prodi Teknik Industri

Amf
Denny Siregar, ST, M.sc

Achmad Muhazir, Ir.,MT




LEMBAR PENGESAHAN

PENERAPAN METODE SWOT PADA STRATEGI MANAJEMEN
PEMASARAN DAN PENJUALAN PRODUK IMPOR UNTUK MENCAPAI
HASIL PENJUALAN YANG OPTIMAL DI CV.TANUR GEMILANG.


Menyetujui

Pembimbing I




Achmad Muhazir, Ir.,MT

Pembimbing II



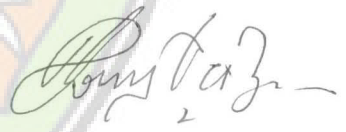
Denny Siregar, ST.M.Sc

Penguji I



Dr.H.Rauf Achmad Suf.,M.Si

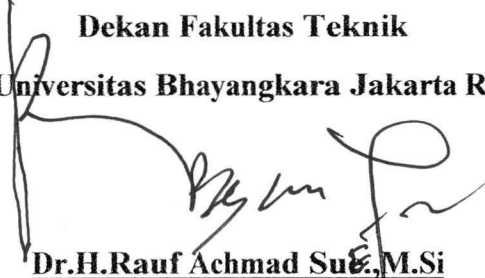
Penguji II



Ronny O Kawi.,ST.,MM

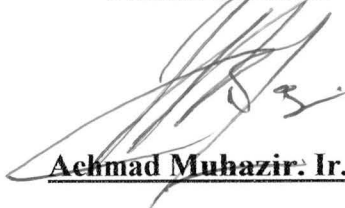
Mengetahui,

Dekan Fakultas Teknik
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya



Dr.H.Rauf Achmad Suf.,M.Si

Ketua Program Studi
Teknik Industri



Achmad Muhazir, Ir.,MT

MOTTO

”Allah tidak akan merubah nasib suatu kaum apabila kaum itu tidak mau merubah nasibnya sendiri”. (Qs. Ar Ra’ d :11).

*“ Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kaum telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Allah-mulah hendaknya kamu berharap”.
(QS. Alam-Nasyrah: 6-7).*

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya, Ia mendapat pahala (dari kebajikan yang diusahakannya) dan Ia mendapat siksa (dari kejahatan yang dikerjakannya)”. (Q.S. Al Baqarah: 286)

*“ Sebelum kesempatan berlalu gunakanlah kesempatan itu semaksimal mungkin dan ridho orang tua adalah berkah awal untuk diri kita”.
(Penulis “Indah Rahmadani”)*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah *robbil 'alamin*, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sholawat serta salam selalu tercurah kepada Rosullullah Muhammad SAW, sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “PENERAPAN METODE SWOT PADA STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN DAN PENJUALAN PRODUK IMPORT UNTUK MENCAPAI HASIL PENJUALAN YANG OPTIMAL DI CV.TANUR GEMILANG.” sebagai syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan Strata Satu (Satu) Jurusan Industri Fakultas Teknik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dalam penyusunan laporan Tugas akhir ini, tentunya tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada :

- 1 Allah SWT atas ridho dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas akhir ini.
- 2 Nabi Muhammad SAW yang membawa risalah dari kegelapan menuju jalan yang terang.
- 3 Bapak Irjen. Pol. (Purn), Drs. Bambang Karsono, SH, MH, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- 4 Bapak Dr. Ir. H. Rauf Ahmad Sue, M.Si selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

- 5 Bapak Achmad Muhazier, Ir., MT, selaku Ketua Jurusan Teknik industri Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- 6 Bapak Achmad Muhazier, Ir., MT, selaku pembimbing I yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.
- 7 Ibu Denny Siregar, ST., M, Sc selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.
- 8 Rekan – rekan Teknik Industri 2009, 2010 Universitas Bhayangkara Jakarta raya atas segala keceriaan dan doa serta semangat yang tak henti diberikan kepada penulis.
- 9 Bapak Rizaludin, SE, selaku HRD CV.Tanur Gemilang Terimakasih telah memberikan kesempatan untuk penelitian, serta semua karyawan yang telah bersedia membantu dalam melakukan penelitian.
- 10 Ayah ku “Irman sutan sati” dan Ibu ku “Farida said” yang selalu memberikan do’a, perhatian dan kasih sayang yang tulus diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
- 11 Adik – adik ku tercinta “Indri Intan Permatasari, Fiani Putri Abrida, Eko Purnomo Aji” yang selalu memberikan dukungan semangatnya kepada ku dengan tulus dan menemani ku disaat jenuh melanda ku.

- 12 “Yolfi Triandi”, yang telah memberikan semangat positif kepada penulis serta kasih sayang yang tulus dan selalu sabar untuk membimbing dan menemani penulis.
- 13 Keluarga besar “Moch.Said” yang telah memberikan semangat dan doa kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini.
- 14 Sahabat - sahabatku Riviana Astuti, Fita Devi Triuntari, Nuraini Ezia, yang telah memberikan keceriaan dan semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
- 15 Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu Tugas Akhir ini. Semoga amal kebbaikannya mendapat ridho dari Allah SWT. Amin.

Penulis menyadari bahwa tak ada gading yang tak retak dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis menerima segala saran serta kritik yang bersifat membangun. Harapan penulis, semoga Tugas Akhir ini dapat berguna bagi penulis sendiri khususnya, serta memberikan hikmah dan ide bagi pembaca pada umumnya. Amin

Wassalamu ‘alaikum Wr. Wb.

Bekasi, 30 Juni 2014

Penulis

Abstrak

PENERAPAN METODE SWOT PADA STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN DAN PENJUALAN PRODUK IMPORT UNTUK MENCAPAI HASIL PENJUALAN YANG OPTIMAL DI CV.TANUR GEMILANG

Rumusan masalah dalam penelitian skripsi ini adalah apakah ada persaingan produk yang ketat antar perusahaan yang sejenis (kecantikan), seberapa efektifnya sistem manajemen yang ada di CV.Tanur Gemilang, kendala apa yang mengakibatkan penjualan produk import tidak sesuai dengan target, dengan menggunakan cara apa produk CV. Tanur Gemilang dipasarkan, bagaimana menentukan strategi pemasaran perusahaan untuk meningkatkan hasil penjualan, kepada siapa saja produk tersebut di pasarkan, seberapa efektifkah hasil penerapan metode SWOT yang digunakan untuk meminimalisir terjadinya kendala yang berulang dan penelitian ini bertujuan untuk menerapkan sebuah metode yang menggunakan kekuatan dan kelemahan (lingkungan internal) serta peluang dan ancaman (lingkungan eksternal) serta merumuskan strategi manajemen pemasaran dan penjualan produk import yang tepat menggunakan metode SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats) pada CV.Tanur Gemilang, dengan hasil penelitian total skor untuk faktor kekuatan (S) : 3,21, total skor untuk faktor kelemahan (W) : 2,26, total skor untuk faktor peluang (O) : 3,00, total skor untuk faktor ancaman (T) : 2,93, setelah perhitungan pada analisis SWOT, diperoleh hasil (0,475 : 0,035). Hasil ini menggambarkan titik koordinat pada diagram analisis SWOT, melihat hasil dari solusi dan analisis diatas, ditarik kesimpulan bahwa hipotesa dapat diterima.

Kata kunci: SWOT, Penjualan produk, Strategi Pemasaran Perusahaan.

Abstrak

PENERAPAN METODE SWOT PADA STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN DAN PENJUALAN PRODUK IMPORT UNTUK MENCAPAI HASIL PENJUALAN YANG OPTIMAL DI CV.TANUR GEMILANG.

The problem of this thesis research is whether there is competition between the products strictly similar companies (beauty), the effectiveness of existing management systems in CV.Tanur Gemilang, what constraints resulted in the sale of imported products not in accordance with the target, using what means the product CV.Tanur Gemilang furnace marketed, how to determine the company's marketing strategy to increase sales, to any of the products marketed, how effective was the result of the application of the SWOT method is used to minimize the constraints that its happening over and over and this study aims to apply a method that uses the strengths and weaknesses (internal environment) as well as the opportunities and threats (external environment) and to formulate management strategy marketing and selling the right products imported using SWOT (strengths, Weaknesess, opportunities, and threats) on CV.Tanur Gemilang, with a total score of research results for the power factor (S): 3.21, total scores for factors weaknesses (W): 2.26, total score for the factor opportunities (O): 3.00, total score for the threat factor (Q): 2.93, after the calculation of the SWOT analysis, the obtained results (0,475:0,035). These results illustrate the point coordinates in the SWOT analysis diagram, view the results and analysis of the solutions above, be concluded that the hypothesis can be accepted.

Keywords: SWOT, Product Sales, Corporate Marketing Strategy.

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
HALAMAN MOTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Batasan Masalah.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Metodologi Penelitian.....	9
1.6. Sistematika Penulisan.....	11
 BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Penegrtian Manajemen.....	13
2.2. Pemasaran.....	13
2.2.1. Sejarah Pemasaran.....	13
2.2.2. Konsep Pemasaran.....	15
2.2.3. Fungsi Pemasaran.....	17
2.2.4. Lingkungan Pemasaran.....	18
2.2.5. Sasaran Pemasaran.....	19
2.2.6. Unsur – unsur Pemasaran.....	20
2.2.7. Unsur Taktik Pemasaran.....	21
2.3. Manajemen Strategi.....	23
2.3.1. Istilah Perencanaan strategi.....	23
2.3.2. Manfaat Manajemen Strategi.....	25

2.4.	Strategi Pemasaran.....	26
2.4.1.	Definisi Pemasaran.....	26
2.4.2.	Strategi Bidang Pemasaran.....	29
2.4.3.	Unsur Pokok Pemasaran.....	31
2.4.4.	Pemilihan Strategi.....	33
2.5.	Metode SWOT.....	36
2.5.1.	Kerangka Analisis.....	37
2.5.2.	Matrix SWOT.....	41
2.5.3.	Matrix EFAS.....	42
2.5.4.	Matrix IFAS.....	45

BAB III METODE PENELITIAN DAN PENGUMPULAN DATA

3.1.	Pengertian Umum.....	48
3.2.	Obyek Penelitian.....	49
3.3.	Data Yang Diperlukan.....	49
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.5.	Metode Analisa Data.....	51
3.6.	Kerangka Pemecahan Masalah.....	53
3.7.	Flow Chat Penelitian.....	55
3.8.	Pengumpulan Data.....	56
3.8.1.	Kinerja Karyawan.....	56
3.8.2.	Data Tenaga Kerja.....	56
3.8.3.	Produk CV.Tanur Gemilang.....	57
3.8.4.	Strategi Harga.....	62
3.8.5.	Data Penjualan Produk Import Tahun 2013.....	63
3.8.6.	Identifikasi SWOT.....	65

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1.	Data Hasil Penjualan 6 Bulan Terakhir Tahun 2013.....	74
4.2.	Metode SWOT.....	76

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Kesimpulan.....	96
5.2.	Saran.....	97

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1. Daftar Harga Produk Import;.....	5
Tabel 1.1.1. Data Penjualan Tahun 2013.....	6
Tabel 2.4.3. Unsur Pokok Strategi Pemasaran.....	31
Tabel 2.5.1..Model SWOT.....	38
Tabel 2.5.2. Matrix SWOT.....	41
Tabel 2.5.3. Tabel EFAS.....	44
Tabel 2.5.4. Tabel IFAS.....	46
Tabel 3.8.2. Jumlah Karyawan.....	56
Tabel 3.8.3. Daftar Harga Produk Standar.....	57
Tabel 3.8.3.1. Daftar Harga Produk Import.....	62
Tabel 3.8.5. Data Penjualan Produk Import Tahun 2013.....	63
Tabel 4.1 Data Penjualan Produk Import Tahun 2013.....	74
Tabel 4.1.1. Rincian Biaya.....	75
Tabel 4.1.2. Penyebab Penurunan Penjualan.....	76
Tabel 4.2. Hasil Kuisisioner Kekuatan.....	77
Tabel 4.2.1. Hasil Kuisisioner Kelemahan.....	78
Tabel 4.2.2. Hasil Kuisisioner Peluang.....	79
Tabel 4.2.3. Hasil Kuisisioner Ancaman.....	79
Tabel 4.2.4. Matrix SWOT.....	83
Tabel 4.2.5. Matrix EFAS.....	85
Tabel 4.2.6. Matrix IFAS.....	88
Tabel 4.2.7. Perbandingan Sebelum& Sesudah Penerapan Metode SWOT	94
Tabel 4.2.8. Rincian biaya.....	95
Tabel 4.2.9. Biaya sebelum dan Sesudah Penerapan Metode SWOT	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4.4. Pemilihan Strategi Pemasaran.....	34
Gambar 2.5.1. Analisis SWOT.....	39
Gambar 3.7. Flow Chat penelitian.....	55

