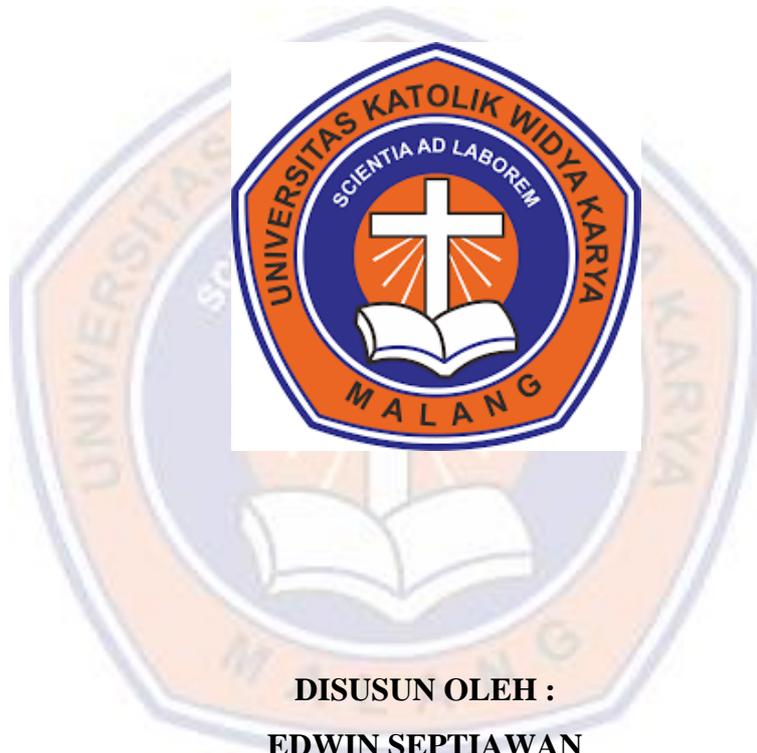


**PENERAPAN ANALISIS *STRENGTH WEAKNESS OPPORTUNITY  
THREAT* (SWOT) DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN  
PADA PT BATU KARANG MALANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen Pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Widya Karya Malang**



**DISUSUN OLEH :**

**EDWIN SEPTIAWAN**

**201611012**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG  
FAKULTAS EKONOMI - JURUSAN MANAJEMEN**

**2020**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Edwin Septiawan  
NIM : 201611012  
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Judul : PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PADA PT BATU KARANG MALANG

Malang, 10 Juli 2020

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I

Dra. Anni Yudiastuti, MP  
NIDN: 0701056401

Pembimbing II

Jovita Vicka B.W. S.Pd., M.SM  
NIDN: 0724018601

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi



Dra. Anni Yudiastuti, MP  
NIDN: 0701056401

Ketua Jurusan Manajemen



Jovita Vicka B.W. S.Pd., M.SM  
NIDN: 0724018601

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi yang berjudul :

**PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM  
MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PADA PT BATU  
KARANG MALANG**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Edwin Septiawan

NIM : 201611012

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 26 Juni 2020 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu (S1)

Disahkan oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi



**DEWAN PENGUJI**

**Tanda Tangan**

1. Dra. Anni Yudiastuti, M.P  
NIDN : 0701056401
2. Drs. Cornelius Niwadolo, M.M  
NIDK: 8887223419
3. Jovita Vicka Bayu W.S.Pd.M.SM  
NIDN : 0724018601





**PT BATU KARANG**

Jl. Raya Parangargo 153 Wagir, Malang - Jawa Timur, Indonesia  
Telp. 0341-837402, 0341-837389  
Email : pt.batukarang\_group@yahoo.com

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**

**No: 001 / HRD / VI / 2020**

Bersamaan dengan surat keterangan ini, kami sampaikan bahwa, yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nardi Susanto

Jabatan : Manajer Area

Alamat : Jl Raya Parangargo no.153 Wagir, Malang

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Edwin Septiawan

NIM : 2011611012

Jurusan : Manajemen

Benar adanya telah melaksanakan penelitian pada perusahaan yang kami pimpin, untuk digunakan bahan penulisan skripsi.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Malang , 20 Juni 2020

Manajer PT Batu Karang

Nardi Susanto

**PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul " PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PADA PT BATU KARANG MALANG. "merupakan karya asli dari :

Nama : Edwin Septiawan  
NIM : 201611012  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

dan bukan karya plagiat baik sebagian maupun seluruhnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila terhadapt kekeliruan saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, 10 Juli 2020



(Edwin Septiawan)

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I

Dra. Anni Yudiastuti, MP  
NIDN: 0701056401

Pembimbing II

Jovita Vicka B.W, S.Pd., M.SM  
NIDN: 0724018601

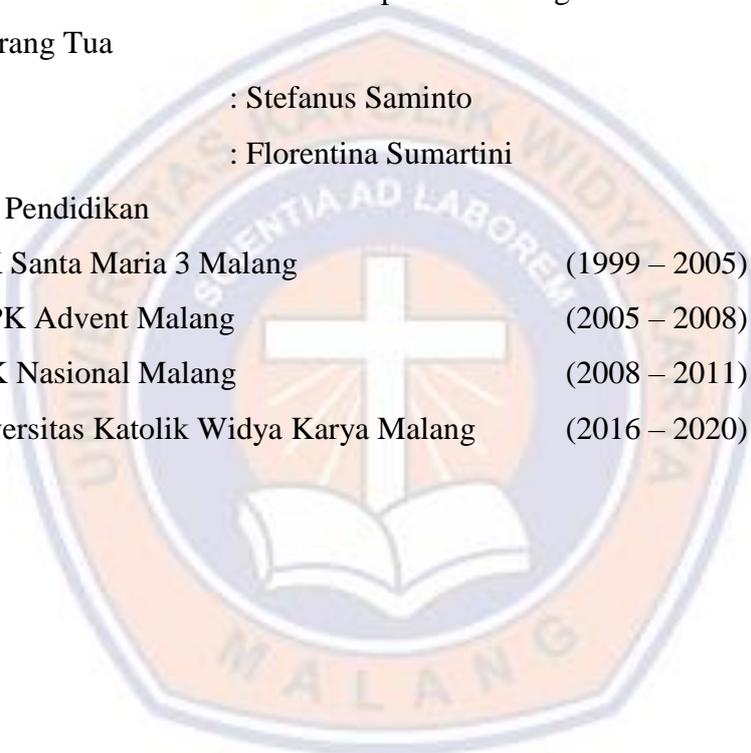
Mengetahui :

  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Dra. Anni Yudiastuti, MP  
NIDN: 0701056401

  
Ketua Jurusan Manajemen  
Jovita Vicka B.W, S.Pd., M.SM  
NIDN: 0724018601

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Edwin Septiawan  
NIM : 201611012  
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Tempat, Tanggal Lahir : Malang , 07 September 1993  
Alamat : Jalan Kelapa Sawit Gang 1 No 4 Malang  
Nama Orang Tua  
Ayah : Stefanus Saminto  
Ibu : Florentina Sumartini  
Riwayat Pendidikan  
1. SDK Santa Maria 3 Malang (1999 – 2005)  
2. SMPK Advent Malang (2005 – 2008)  
3. SMK Nasional Malang (2008 – 2011)  
4. Universitas Katolik Widya Karya Malang (2016 – 2020)



## KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Penerapan Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran pada PT Batu Karang Malang**”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang.

Proses perkuliahan hingga pada penulisan skripsi ini dapat selesai dengan baik karena berkat bantuan dari pihak. Oleh Karena itu, penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan kepada penulis kesempatan dan kemampuan untuk menyelesaikan studi dan juga skripsi tepat pada waktunya.
2. Dra. Anni Yudiastuti, M.P, selaku Dekan dan dosen Pembimbing I Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang yang telah mendukung, memberi waktu, ilmu dan juga kesabaran dalam membimbing penulisan selama proses penyusunan skripsi, sehingga skripsi dapat selesai dengan lancar dan tepat waktu.
3. Jovita Vicka B.W., S.Pd, MSM, selaku Ketua Prodi Manajemen dan dosen Pembimbing II Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang yang telah mendukung, memberi waktu, ilmu dan juga kesabaran dalam membimbing penulisan selama proses penyusunan skripsi, sehingga skripsi dapat selesai dengan lancar dan tepat waktu.

## PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

4. Ayahku dan Ibuku tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan, nasihat, kebahagiaan dan memberikan penghidupan yang layak bagiku..
5. Manager PT Batu Karang Malang diberikan kesempatan melakukan penelitian skripsi.
6. Para karyawan PT Batu Karang Malang yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner sehingga penulis dapat memperoleh data untuk penyusunan skripsi.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang yang telah membagikan ilmu dan semangat selama ini.
8. Teman-teman Manajemen angkatan 2016 yang selalu saling mendukung dalam proses perkuliahan maupun proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menjadi bahan masukan bagi rekan-rekan dalam menyusun skripsi.

Malang, 10 juli 2020

Edwin Septiawan

**DAFTAR ISI**

**Halaman**

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN SURAT KETERANGAN PENELITIAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSYARATAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
1. Tujuan penelitian .....	5
2. Manfaat penelitian .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Penelitian Terdahulu .....	6
B. Tinjauan Pustaka .....	11

1. Analisis SWOT .....	11
a. Pengertian Analisis SWOT.....	11
b. Faktor Internal dan Eksternal Analisis SWOT.....	12
c. Lingkungan perusahaan.....	15
2. Kuadran analisis SWOT.....	17
3. Matriks IFAS dan EFAS .....	18
4. Strategi Pemasaran .....	23
a. Pengertian Strategi Pemasaran.....	23
b. Faktor terjadinya perubahan strategi.....	24
c. Timing Strategy.....	24
d. Posisi bersaing dalam perusahaan.....	25
e. Matriks SWOT.....	26
C. Kerangka Pikir .....	28

**BAB III METODE PENELITIAN**

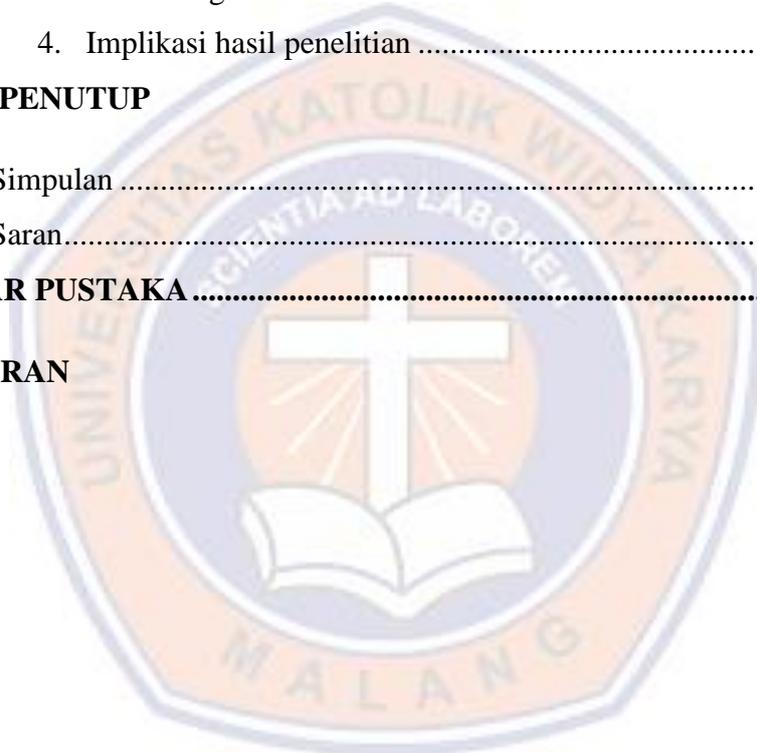
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Lokasi Penelitian.....	31
C. Ruang Lingkup.....	32
D. Populasi dan Sampel penelitian .....	32
E. Sumber dan jenis data .....	34
1. Sumber Data.....	34
a. Data primer.....	34
b. Data sekunder.....	34
2. Jenis Data .....	34
a. Data Kualitatif.....	34
b. Data Kuantitatif.....	34
F. Metode Pengumpulan Data.....	34
a. Kuesioner .....	35
b. Dokumentasi .....	35
c. Wawancara.....	35
G. Definisi Operasional.....	36
H. Teknik Analisis Data.....	38

1. Tahapan Faktor Strategi eksternal dan internal.....	38
a. Matriks EFAS .....	38
b. Matriks IFAS.....	39

**BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA**

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	41
1. Sejarah Berdirinya.....	41
2. Lokasi perusahaan.....	42
3. Harga Rokok .....	43
4. Produk Rokok .....	43
5. Distribusi.....	44
6. Visi dan Misi.....	44
7. Struktur organisasi .....	46
a. General Manager.....	47
b. Manager Produksi .....	47
c. Manager Marketing.....	47
d. Manager Accounting.....	48
e. Manager Personalia.....	48
B. Penyajian Data penelitian.....	49
1. Analisis Deskriptif bauran pemasaran .....	49
a. Product .....	49
b. Price.....	49
c. Promosi .....	50
d. Place .....	51
2. Analisis SWOT .....	51
a. Kekuatan .....	51
b. Kelemahan.....	52
c. Peluang .....	52
d. Ancaman .....	53
3. Pemberian bobot dan rating .....	54
4. Pelaksanaan strategi pemasaran .....	64
a. Score pada IFAS .....	64

b. Score pada EFAS .....	66
C. Analisa dan Intreprestasi Data	
1. Kondisi Internal Perusahaan .....	69
2. Kondisi Eksternal Perusahaan.....	69
3. Posisi Perusahaan .....	70
a. Strategi SO .....	73
b. Strategi WO.....	73
c. Strategi ST.....	74
d. Strategi WT .....	74
4. Implikasi hasil penelitian .....	74
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Simpulan .....	78
B. Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	6
Tabel 2.2 EFAS ( <i>Eksternal Strategic Factory Analysis Summary</i> ) .....	20
Tabel 2.3 IFAS ( <i>Internal Strategic Factory Analysis Summary</i> ) .....	21
Tabel 3.1 Sampel Propotional Random Sampling .....	33
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	36
Tabel 4.1 Harga Rokok .....	42
Tabel 4.2 Bobot Pada Indikator faktor Internal .....	54
Tabel 4.3 Bobot Pada Indikator Kekuatan .....	56
Tabel 4.4 Bobot Pada Indikator Kelemahan .....	57
Tabel 4.5 Bobot Pada Indikator Eksternal .....	58
Tabel 4.6 Bobot Pada Indikator Peluang.....	59
Tabel 4.7 Bobot Pada Indikator Ancaman .....	60
Tabel 4.8 Rating Faktor Internal .....	61
Tabel 4.9 Rating Faktor Eksternal .....	63
Tabel 4.10 Nilai Internal PT. Batu Karang .....	64
Tabel 4.11 Nilai Eksternal PT. Batu Karang.....	66
Tabel 4.12 Matriks SWOT .....	71
Tabel 4.13 Strategi Pemasaran PT. Batu Karang.....	75

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kuadran Analisis SWOT.....18

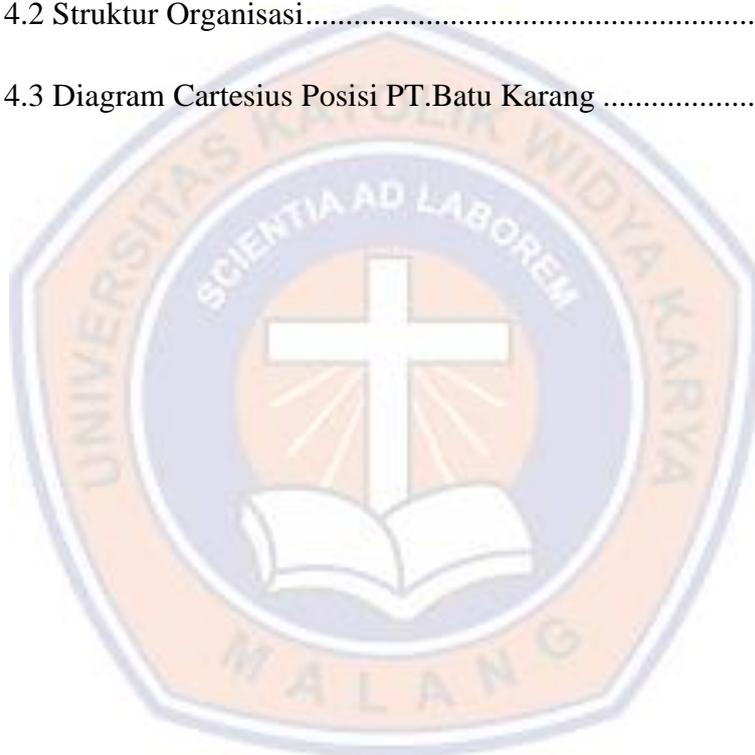
Gambar 2.2 Matriks SWOT .....28

Gambar 2.3 Kerangka Pikir.....30

Gambar 4.1 Jalur distribusi PT. Batu Karang .....44

Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....46

Gambar 4.3 Diagram Cartesius Posisi PT.Batu Karang .....68



**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuisisioner

Lampiran 2 Tabulasi Data



**PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI  
PEMASARAN PADA PT BATU KARANG MALANG**

**ABSTRAKSI**

Pemasaran merupakan salah satu fungsi dalam perusahaan yang sering disebut sebagai ujung tombak keberhasilan suatu perusahaan, walaupun pada dasarnya semua fungsi dalam perusahaan merupakan suatu sistem yang saling berhubungan, saling mempengaruhi, dan tidak dapat dipisahkan. Strategi pemasaran dalam perusahaan merupakan salah satu bagian yang sangat penting. Pemasaran yang dilakukan dengan strategi yang baik akan dapat menempatkan produk pada posisi yang tepat dan menguasai pasar. Adapun salah satu cara untuk menganalisis strategi perusahaan adalah dengan menggunakan metode analisis SWOT yang bermanfaat untuk mengetahui profil perusahaan berdasarkan analisis lingkungan internal, serta analisis lingkungan eksternal perusahaan yang mencakup perusahaan agar perusahaan senantiasa mampu menghadapi pesaingnya dan meningkatkan jumlah konsumen serta meningkatkan laba.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui posisi perusahaan serta dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan dengan menggunakan analisis SWOT. Jenis penelitian bersifat deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Populasi dalam penelitian adalah karyawan divisi pengemasan produk sebanyak 52 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *propotional random sampling*. Jenis data menggunakan data kualitatif dan data kuantitatif. Sumber data menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah EFAS (Faktor Eksternal) dan IFAS (Faktor Internal) serta menggunakan Matrik SWOT.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa posisi perusahaan berada pada posisi yang menguntungkan di kuadran 1, dimana posisi ini menunjukkan pertumbuhan yang agresif, yang artinya perusahaan mempunyai kekuatan untuk mendapatkan peluang yang ada serta dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Strategi yang tepat untuk digunakan pada PT. Batu Karang adalah strategi SO (*Strength-Opportunities*) dimana strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Beberapa strategi yang bisa digunakan adalah berinovasi terus-menerus terhadap produk-produknya serta pilihan variasi yang ditawarkan, promosi melalui iklan kepada pasar sasaran yang dituju, mempertahankan citra merk yang sudah baik di mata konsumen, mempertahankan harga jual produk, meningkatkan pelayanan pengiriman.

**Kata Kunci : Analisis SWOT, Strategi Pemasaran**