

**ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR KEPUTUSAN STRATEGI PEMASARAN
PADA "PT. KUSUMASATRIA AGROBIO TANI PERKASA"**

KOTA BATU, MALANG

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Widya Karya Malang



DISUSUN OLEH:

TALISA DITE KRISTYANINGRUM

NIM: 201311017

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN

2017

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Talisa Dite Kristyaningrum
NIM : 201311017
Universitas : Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul : ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR KEPUTUSAN STRATEGI PEMASARAN PADA “PT. KUSUMASATRIA AGROBIO TANI PERKASA” KOTA BATU, MALANG

Malang, 21 Juni 2017

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I



Dra. Anni Yudiastuti, M.P
NIDN: 0701056401

Pembimbing II



Drs. Cornelius Niwadolo, MM
NIDN: 0706055302

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Cornelius Niwadolo, MM

NIDN: 0706055302

Ketua Jurusan Manajemen



Dra. Anni Yudiastuti, M.P

NIDN: 0701056401

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul:

ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR KEPUTUSAN STRATEGI PEMASARAN PADA “PT. KUSUMASATRIA AGROBIO TANI PERKASA” KOTA BATU, MALANG

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Talisa Dite Kristyaningrum

NIM : 201311017

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 21 Juni 2017 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1).

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Karya Malang


Drs. Cornelius Niwadolo, MM

NIDN: 0706055302

DEWAN PENGUJI

1. Dra. Anni Yudiastuti, M.P
NIDN: 0701056401
2. Drs. Cornelius Niwadolo, MM
NIDN: 0706055302
3. Jovita Vicka Bayu W, S.Pd., M.SM
NIDN: 0724018601

TANDA TANGAN


.....

.....

.....

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Kami yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR KEPUTUSAN STRATEGI PEMASARAN PADA “PT. KUSUMASATRIA AGROBIO TANI PERKASA” BATU MALANG”** merupakan karya asli dari:

Nama : Talisa Dite Kristyaningrum
NIM : 201311017
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Katolik Widya Karya Malang

Dan bukan karya plagiat baik sebagian maupun seluruhnya.

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

Malang, 21 Juni 2017

(Talisa Dite  Kristyaningrum)

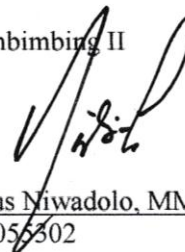
DITERIMA DAN DISETUJUI

Pembimbing I


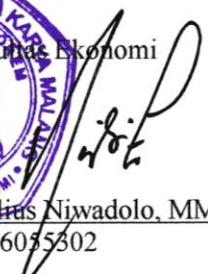


Dra. Anni Yudiastuti, M.P
NIDN: 0701056401

Pembimbing II



Drs. Cornelius Niwadolo, MM
NIDN: 0706055302

 Dekan Fakultas Ekonomi

Drs. Cornelius Niwadolo, MM
NIDN: 0706055302

Mengetahui

 Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Anni Yudiastuti, M.P
NIDN: 0701056401

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu bersamaku dan membimbing saya dari awal hingga selesai.
2. Kedua orang tua saya, papa dan mama, terima kasih untuk semua usaha yang mama dan papa lakukan terutama untuk masa-masa sulit seperti ini. Terima kasih yang besar kuucapkan hingga membuat saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
3. Untuk dosen-dosen Manajemen yang telah membimbing kami dari semester awal hingga akhir. Dan ucapan terima kasih yang besar terutama untuk Bu Anni dan Pak Cornel yang luar biasa sabar dan selalu membantu saya dan teman-teman.
4. Teruntuk MIPA WIRA, terima kasih saya ucapkan untuk pelajaran yang sangat berharga mengenai kekeluargaan, organisasi, hidup senang maupun susah selalu setia bersama-sama dan mau menjerim segala kekurangan saya. Untuk angkatan 23 selalu semangat ya.... (Dumps, Gubis dan Cindil)
5. Terima kasih Laura Sinta Mega yang sudah menjadi teman terbaik dari awal kita masuk hingga akhirnya lulus bersama-sama dan juga terima

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

kasih kuucapkan untuk Nia Rahmawati yang sabar mau mendengarkan keluh kesahku dan marah-marahku.

6. Dan yang terakhir untuk teman-teman manajemen angkatan 2013 yang dari awal selalu bersama-sama dalam suka maupun duka, sekarang waktunya untuk berpisah dan semoga pertemanan kita tetap terjalin meskipun sudah jarang untuk bertemu.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : TALISA DITE KRISTYANINGRUM

N I M : 201311017

Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tempat, tanggal lahir : Surakarta, 21 Oktober 1993

Alamat : Jl. Tarumanegara I/II, RT 01/ RW 09 No. 8. Banyuanyar,
Solo

Nama orang tua:

Ayah : TEGUH WIYONO

Ibu : DEWI NATALINGRUM

Riwayat Pendidikan:

- Tamat dari SD KRISTEN MANAHAN SURAKARTA pada tahun 2006
- Tamat dari SMP NEGERI 2 SURAKARTA pada tahun 2009
- Tamat dari SMA PANGUDI LUHUR SANTO YOSEF SURAKARTA pada tahun 2012
- Terdaftar sebagai mahasiswa di Universitas Katolik Widya Karya Malang Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen pada tahun 2013

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang menagmbil judul “*Analisis SWOT Sebagai Dasar Keputusan Strategi Pemasaran Pada PT. Kusumasatria Agrobio Tani Perkasa Kota Batu, Malang*”. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis, menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini sehingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Bapak Drs. Cornelius Niwadolo, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang.
2. Ibu Dra. Anni Yudiastuti, M.P selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Dosen Pembimbing 1 Universitas Katolik Widya Karya Malang.
3. Ibu Jovita Vicka Bayu W, S.Pd., M.SM selaku dosen dan Dewan Penguji 2 Universitas Katolik Widya Karya Malang.

4. Bapak/Ibu dosen dan staf di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang, khususnya Program Studi Manajemen yang telah banyak membantu kami untuk dapat melaksanakan studi.
5. Teristimewa kepada Orang Tua penulis papa dan mama yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan pengorbanannya baik dari segi moril, materi kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Terima kasih juga kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi lita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Malang, 05 Juli 2017

Penulis

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT KETERANGAN PENELITIAN	
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR DAN DIAGRAM	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. Penelitian Terdahulu	6
B. Kajian Teori.....	9
1. Agrowisata.....	9
2. Analisis SWOT.....	17
3. Strategi Pemasaran	30

4. Kerangka Pikir.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian.....	38
B. Lokasi Penelitian	38
C. Ruang Lingkup Penelitian	38
D. Jenis dan Sumber Data	38
1. Jenis Data	38
a. Data Kualitatif.....	38
b. Data Kuantitatif	39
2. Sumber Data	39
a. Data Primer	39
b. Data Sekunder.....	39
E. Metode Pengumpulan Data	40
1. Wawancara	40
2. Angket / Kuesioner.....	40
3. Dokumentasi.....	40
F. Populasi dan Sampel.....	40
1. Populasi	40
2. Sampel.....	41
G. Definisi Operasional Variabel.....	42
1. Variabel X: Analisis SWOT.....	42
a. Faktor Internal.....	42
b. Faktor Eksternal.....	44
2. Variabel Y: Strategi Pemasaran	45

H. Teknik Analisis Data	48
1. Tahapan Menentukan EFAS (Faktor Strategi Eksternal).....	49
2. Tahapan Menentukan IFAS (Faktor Strategi Internal).....	50
BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA	52
A. Gambaran Umum Perusahaan	52
1. Sejarah Berdirinya Kusuma Agrowisata	51
a. Lokasi Perusahaan	53
b. Bidang Usaha.....	54
2. Visi dan Misi	66
3. Struktur Organisasi.....	67
B. Penyajian Data Penelitian.....	71
1. Analisis Deskriptif.....	71
a. <i>Product</i> Kusuma Agrowisata.....	71
b. <i>Price</i> Kusuma Agrowisata.....	72
c. <i>Promotion</i> Kusuma Agrowisata.....	73
d. <i>Place</i> Kusuma Agrowisata	73
2. Analisis SWOT.....	74
a. Kekuatan	74
b. Kelemahan	75
c. Peluang.....	75
d. Ancaman	75
3. Pemberian Bobot dan <i>Rating</i>	76
4. Pelaksanaan Strategi Pemasaran	85
C. Analisis dan Interpretasi Data	91

D. Implikasi Hasil Penelitian	97
BAB V PENUTUP.....	100
A. Kesimpulan	100
B. Saran.....	103



DAFTAR TABEL

1. Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	6
2. Tabel 2.2 EFAS (<i>Eksternal Strategic Factors Analysis Summary</i>)	28
3. Tabel 2.3 IFAS (<i>Internal Strategic Factors Analysis Summary</i>).....	30
4. Tabel 2.4 Matrik SWOT	35
5. Tabel 3.1 Bauran Pemasaran 4P	42
6. Tabel 3.2 Faktor Eksternal Analisis SWOT	44
7. Tabel 3.3 Strategi Pemasaran	45
8. Tabel 4.1 Harga Masuk Wisata Agro Apel	61
9. Tabel 4.2 Harga Masuk Wisata Agro Strawberry	62
10. Tabel 4.3 Grade Karyawan PT. Kusumasatria Agrobio Tani Perkasa	67
11. Tabel 4.4 Bobot Pada Indikator Kekuatan	77
12. Tabel 4.5 Bobot Pada Indikator Kelemahan	78
13. Tabel 4.6 Bobot Pada Indikator Peluang	79
14. Tabel 4.7 Bobot Pada Indikator Ancaman	80
15. Tabel 4.8 Rating Faktor Internal	82
16. Tabel 4.9 Rating Faktor Eksternal	84
17. Tabel 4.10 Nilai Internal PT. Kusumasatria Agrobio Tani Perkasa	85
18. Tabel 4.11 Nilai Eksternal PT. Kusumasatria Agrobio Tani Perkasa	88
19. Tabel 4.12 Strategi Pemasaran PT. Kusumasatria Agrobio Tani Perkasa.....	97

DAFTAR GAMBAR DAN DIAGRAM

1. Gambar 2.1 Kuadran Analisis SWOT	25
2. Diagram 4.1 Diagram Kunjungan PT. Kusumasatria Agrobio Tani Perkasa	65
2. Diagram 4.2 Diagram Cartesius Posisi PT. Kusumasatria Agrobio Tani Perkasa	90



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Tabulasi Data
3. Lampiran Foto
4. Lampiran lokasi wisata PT. Kusumasatria Agrobio Tani Perkasa



**ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR KEPUTUSAN STRATEGI
PEMASARAN PADA PT. KUSUMASATRIA AGROBIO TANI PERKASA**

ABSTRAKSI

PT. Kusumasatria Agrobio Tani Perkasa atau yang lebih dikenal masyarakat dengan nama Kusuma Agrowisata adalah wisata yang berorientasi pada wisata alam. Wisata ini merupakan pioner dalam bidang wisata agro di Indonesia. Lokasi yang berada dibawah kaki gunung Panderman, wisata ini mempunyai pemandangan khas pegunungan dan udara yang sejuk serta tanah yang baik untuk perkebunan. Berdiri di Kota Batu, wisata ini juga ikut memperkenalkan buah khas dari Kota Batu yaitu buah apel selain itu juga terdapat beberapa buah lainnya seperti jambu, buah naga, jeruk dan strawberry. Kusuma Agrowisata memiliki konsep *self service* / memetik buah sendiri langsung dari pohonnya. Selain buahnya yang segar karena langsung dipetik dari pohonnya, para pengunjung juga memiliki pengalaman yang berbeda dalam mengkonsumsi buah apel, karena pengunjung harus mengambil sendiri buah tersebut dan memilih buah yang diinginkan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan dari dalam perusahaan serta peluang dan ancaman diluar perusahaan. Dengan mengetahui faktor internal dan eksternal perusahaan, diharapkan penulis dapat mengetahui posisi perusahaan serta dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan. Teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah EFAS (Faktor Eksternal) dan IFAS(Faktor Internal) serta menggunakan Matrik SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi perusahaan berada pada posisi yang menguntungkan di kuadran 1, dimana posisi ini menunjukkan pertumbuhan agresif, yang artinya perusahaan mempunyai kekuatan untuk mendapatkan peluang yang ada serta dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Strategi yang tepat untuk digunakan pada Kusuma Agrowisata 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 mengoptimalkan daya tarik yang ada dengan memanfaatkan produknya yang khas dan memanfaatkan lokasinya yang masih alami, meningkatkan kualitas produk dan layanannya, serta memaksimalkan promosi pada pasar sasaran yang dituju.

Kata Kunci : Analisis SWOT (X), Strategi Pemasaran (Y)