

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK SEPATU
MENGUNAKAN METODE ANALISIS SWOT DENGAN
MATRIK IFAS DAN EFAS
DI PT. BAGOES TJIPTA KARYA**



SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana teknik

Oleh :

ACHMAD SYAFA'AT
NIM. 2016.69.03.0024

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

2020

PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : STRATEGI PEMASARAN PRODUK SEPATU
MENGUNAKAN METODE ANALISIS SWOT
DENGAN MATRIK IFAS DAN EFAS DI PT.
BAGOES TJIPTA KARYA
NAMA : ACHMAD SYAFA'AT
NIM : 2016.69.03.0024

"Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi ini adalah karyanya, yang disertai dengan bukti-bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Teknik saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut".

Pasuruan,

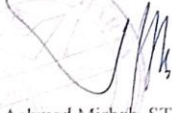


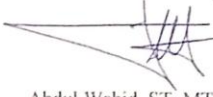
Achmad Syafa'at
Penulis

ERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : STRATEGI PEMASARAN PRODUK SEPATU
MENGUNAKAN METODE ANALISIS SWOT
DENGAN Matrik IFAS DAN EFAS DI PT.
BAGUES TJIPTA KARYA
NAMA : ACHMAD SYAFA'AT
NIM : 2016.69.03.0024

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui
Pasuruan,

Kaprodi.

Achmad Misbah, ST., MT.
NIP.Y : 069 110 1066

Pembimbing.

Abdul Wahid, ST., MT.
NIP.Y : 069 150 8142

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : STRATEGI PEMASARAN PRODUK SEPATU
MENGUNAKAN METODE ANALISIS SWOT
DENGAN MATRIK IFAS DAN EFAS DI PT.
BAGOES TJIPTA KARYA
NAMA : ACHMAD SYAFA'AT
NIM : 2016.69.03.0024

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan
Penguji pada Sidang Skripsi tanggal 19 Agustus 2020. Menurut
pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk
tujuan penganugerahan gelar Sarjan Teknik (S.T)
Pasuruan.....

Pembimbing -



Abdul Wahid..ST.,MT.
NIP.Y : 069 150 8142

Penguji Utama,



Misbach Munir..ST.,MT.
NIP.Y : 069 020 1015

Penguji Anggota,



M. Hermansyah..ST.,MT.
NIP.Y : 069 040 1036

Kaprodi



Achmad Misbah..ST.,MT.
NIP.Y : 069 110 1066

Dekan Fakultas Teknik,




Misbach Munir..ST.,MT.
NIP.Y : 069 020 1015

PERSEMBAHAN

Pujisyukur kepada Tuhan yang
Maha Kuasa atas segala rahmat serta hidayahnya yang
telah memberikan kekuatan, kesehatan serta kesabaran kepada kami
dalam menyelesaikan tugas akhir/skripsi ini.

Terimakasih kepada pendiri serta Pembina

UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

Terimakasih kepada seluruh dosen Teknik Industri yang
dengan sabarnya mengajarkan membimbing kami, terimakasih pula
kami sampaikan kepada bapak prodi yang terhormat, dan tak lupa
pula hormat dan rasa syukur terimakasih kami, kami
sampaikan kepada ibu pembimbing yang senantiasa membimbing
kami tanpa kenal lelah demi terselesainya tugas akhir kami.

dan yang tidak kalah pentingnya rasa syukur,
hormat serta tanggung jawab kepada kedua orang tua yang
selalu tiada henti untuk mendukung, mensupport serta mendoakan
kami disetiapa sujud dan ucapannya, serta saudara-saudara yang
senantiasa memberikan dukungan penuh demi tersandangny gelar strata
I di pundak kami.

ABSTRACT

This thesis entitled "Shoe Product Marketing Strategy Using the Swot Analysis method with the Ifas and Efas Matrix at PT. BagoesTjijptaKarya "This is the result of qualitative descriptive research, where some of the qualitative data obtained is then made into quantitative by using the weight measurement scale and rating which is commonly used in conducting SWOT analysis. Research data collection was carried out by direct observation, in-depth interviews about marketing strategies and increasing competitiveness, which was supported by documentary data and literature related to the issues raised. Furthermore, this study was analyzed using the SWOT analysis technique.

In its operations, the Company has carried out various marketing activities in the form of advertising, marketing, publicity, personal selling and direct selling for the marketing of the company's products so that consumers can get to know them. The strategy that can be used to determine the company's competitive strategy is the stable growth strategy. This means that in future development, the company can use a role growth strategy, but it is carried out in stages according to the priority scale.

Companies should pay attention to the marketing aspect because of the lack of marketing personnel on duty to visit customers. In the short term, the company needs to add employees to the marketing department. In addition, the company also needs to create a website as a promotional tool to introduce company services to outsiders.

Keywords: Marketing Strategy, SWOT Analysis, Competitiveness.

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Sepatu Menggunakan Metode Analisis Swot Dengan Matrik Ifas dan Efas di PT. Bagoes Tjipta Karya” ini merupakan hasil penelitian deskriptif kualitatif, dimana sebagian data kualitatif yang diperoleh selanjutnya dibuat menjadi kuantitatif dengan menggunakan skala pengukuran bobot dan rating yang biasanya digunakan dalam melakukan analisis SWOT. Pengumpulan data peneliti dilakukan dengan cara observasi secara langsung, wawancara mendalam tentang strategi pemasaran dan peningkatan daya saing, yang didukung data dokumentatif dan literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat. Selanjutnya, penelitian ini dianalisis menggunakan teknik analisis SWOT

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa dalam operasionalnya, Perusahaan telah melakukan berbagai kegiatan pemasaran berupa periklanan, pemasaran, publisitas, penjualan perseorangan, dan penjualan langsung untuk pemasaran produk-produk PT. Bagoes Tjipta Karya agar konsumen dapat mengenal. Strategi yang dapat digunakan untuk menentukan strategi bersaing pada PT. Bagoes Tjipta Karya yaitu *stable growth strategy*. Artinya, dalam pengembangan kedepan, PT. Bagoes Tjipta Karya dapat menggunakan strategi pertumbuhan peran amundilakukan secara bertahap sesuai skala prioritas.

Perusahaan
hendaknyamemperhatikan aspek pemasaran karena kurangnya tenaga gapemasaran yang bertugas untuk mendatangi pelanggan. Dalam jangka pendek, pihak perusahaan perlu menambah karyawan bagian pemasaran. Selain itu, pihak perusahaan juga perlu untuk membuat website sebagai sarana promosi untuk memperkenalkan jasa perusahaan kepada pihak luar.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Daya Saing.*

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah kami panjatkan kehadirat Allah SWT, tiada kuasa takiniberfikir, tiada kuasa hati iniberdzikir, dantiada pula tangan inimengukirtan pakekuasaan-Nya. Tuhan pemilik segala keilmuan, Tuhan dari segala makhluk, Tuhan pemilik seluruh kehidupan yang ada di dunia, Tuhan yang mahapengasih lagi mahapenyayang, atas limpahan semesta rahmat, taufiq, serta inayah-Nya, sehingga kami dapat menyelesaikan tugas akhir penyusunan skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran Produk Sepatu Di Pt. Bagoes Tjipta Karya Pada Masa Pandemi Covid 19 Menggunakan Analisis Swot ”** dengan baik dan lancar.

Ta'zim wa ikroman, semoga tetap mengalir kepada sang idola umat manusia, beliau nabi besar Muhammad SAW, sederasilmudan hikmah yang telah beliau sampaikan untuk umatnya dalam bingkai kesabaran yang luar biasa dan ketauladan yang tiada tara. Sebagai bentang tanggung jawab kami kepada pihak lembaga program studi yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk belajar, adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai persyaratan akademis untuk meraih gelar sarjana Strata-1 Teknik Industri di Universitas Yudharta Pasuruan. Dengan segala kerendahan hati, sebagai realisasi syukur kami sampaikan ribuan terima kasih kepada:

1. Bapak/Ibu yang merupakan pijakan pertamanya, yang selalu memotivasi dan mendorong kami serta tak menelak dan mendoakan dan mencari rizki untuk anaknya.
2. KH. M. SHOLEH BAHRUDDIN dan BU NYAI HJ. SITI SA'ADAH selaku keluarga dan pembina Universitas Yudharta Pasuruan.
3. Dr. H. KHOLID, MHI, selaku rektor Universitas Yudharta Pasuruan.

4. MisbachMunir. ST,.,MT,
selakuDekanFakultasTeknikIndustri
5. AchmadMisbah, ST,., MT,
selakuKetuaKaprodiStudiTeknikIndustriUniversitasYudh
artaPasuruan.
6. Ayikpusakaningwati ST,.,MT
selakudosenpembimbingskripsi
7. Teman-temanterbaiksenasibseperjuangan yang
kumpulbersamauntukmengisiwaktu-
waktukosongdanpendorongdalampenyelesaianpenelitian.
8. Seseorang yang
selalumemberisemangatsertamotivasidisetiaplangkahdan
ari-hariku.
9. Semuapihak yang takbisa kami sebutkansatu-persatu,
kami sampaikanberibu-ributerimakasih.

Dan akhirnyasemogapenyusunan kami
bermanfaatbagisemuapihakpadaumunya, danbermanfaatbagidiri
kami padakhususnya.Tiadasuatuhalapun yang sempurna,
kesalahandankekurangandalampenyusunaninipastiterjadi,
olehkarenaitu kami mengharapkritikdan saran yang
bersifatmembangununtukmenyempurnakanpenyusunanini.

Pasuruan ,

AchmadSyafa'at

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN PENULIS	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
PENGESAHAN SKRIPSI.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. latarblakang	1
1.2. IdentifikasiMasalah	3
1.3. BatasanMasalah.....	3
1.4. RumusanMasalah	3
1.5. TujuanPenelitian.....	4
1.6. ManfaatPenelitian	4
1.6.1. BagiPraktisi	4
1.6.2. BagiAkademisi.....	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAK	7
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Kajian Teori.....	13
2.2.1. TeoriPemasaran	13
2.2.2. TeoriStrategiPemasaran.....	15
2.2.3. TeoriBauranPemasaran.....	17
2.2.4. TeoriAnalisis SWOT	18
BAB III. METODE PENELITIAN.....	25
3.1. RancanganPenelitian	25

3.2. Lokasi Penelitian	25
3.3. Fokus Penelitian	25
3.4. Sumber Data	26
3.5. Kerangka Konsep Penelitian	27
3.6. Diagram Alir Penelitian	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	29
4.2. Struktur Organisasi Perusahaan	30
4.3. Penentuan Strategi Pemasaran sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing	32
4.4. Analisis Faktor Strategi Internal dan Faktor Strategi Eksternal	33
4.4.1. Faktor Internal (IFAS)	34
4.4.2. Faktor Eksternal (EFAS)	35
4.5. Menentukan Matrik Ifas dan Matrik Efas	37
4.6. Analisis SWOT Strategi Pemasaran untuk Peningkatan Daya Saing	47
4.6.1. Penghitungan Bobot dan Ranting	48
4.6.2. Formulasi Strategi	58
BAB V PENUTUP	55
5.1. Kesimpulan	55
5.2. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 2.2. Matrik SWOT.....	21
Tabel 4.1 Penentuan Nilai Bobot IFAS.....	37
Tabel 4.2 Penentuan Nilai Bobot EFAS.....	42
Tabel 4.3 Penghitungan IFAS.....	48
Tabel 4.4 Penghitungan EFAS.....	52
Tabel 4.5 Diagram IE Matriks.....	56
Tabel 4.6 Pilihan Strategi.....	57
Tabel 4.7 Matrik SWOT.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar2.1 Diagram Analisis SWOT	22
Gambar3.1 Kerangka Konsep Pemikiran	27
Gambar3.2 Diagram Alir Penelitian	28
Gambar4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	51
Gambar4.2 Diagram Analisis SWOT	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. TIME SCHAduLE

Lampiran 2. Data PemasaranProduk Sepatu

Lampiran 3. Proses Produksi

Lampiran 4. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 5. Kartu Bimbingan Skripsi

