



**PENENTUAN POSISI PASAR DAN LANGKAH-LANGKAH STRATEGI  
PEMASARAN MELALUI ANALISIS SWOT PADA TOKO BUNGA  
FERRI PERMANA NURVERY KECAMATAN JATI KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan  
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus

Oleh

**YUNI MINTYA**

201411131

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**2019**

**PENENTUAN POSISI PASAR DAN LANGKAH-LANGKAH STRATEGI  
PEMASARAN MELALUI ANALISIS SWOT PADA TOKO BUNGA  
FERRI PERMANA NURVERY KECAMATAN JATI KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian  
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

**Kudus,**

**2019**

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dosen Pembimbing 1

**Dina Lusianti, SE, MM. AAK**  
NIDN. 0630098401

**Dr. Drs. Ag. Sunarno H., SH. S.Pd. MM**  
NIDN. 0026065516

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dosen Pembimbing II



**Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM**  
NIDN. 0618066201

**Dr. Kertati Sumekar, SE. MM**  
NIDN. 0616077304

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

“Barang siapa yang menghendaki dunia wajib atasnya dengan ilmu, barang siapa menghendaki akhirat maka wajib atasnya dengan ilmu dan barang siapa yang menghendaki kedua-duanya maka wajib atasnya dengan ilmu”

**(H.R Bukhari)**

“Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah”

**(Thomas Alva Edison)**

“Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali setiap kali kita jatuh”

**(Confusius)**

### PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim...

Kurangkai kata, kupahami makna, kuikat dalam alinea, kubingkai dalam bab sejumlah lima, jadilah mahakarya, gelar sarjana kuterima, orangtua pun bahagia...

Karya ini ku persembahkan untuk :

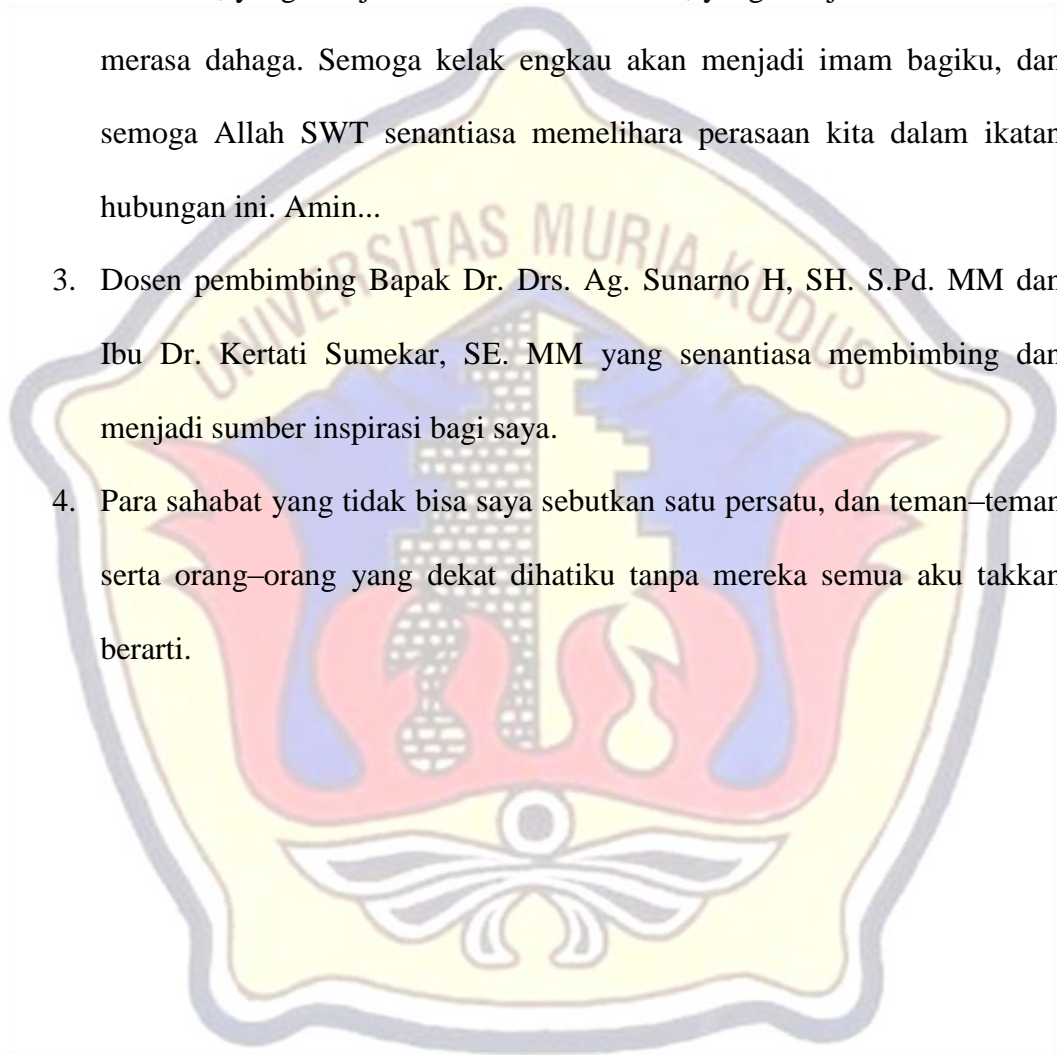
1. Kedua orangtuaku (Bapak Suparmin & Ibu Sri Wahyuningsih) yang senantiasa selalu memberikan doa dan dukungan, kalian adalah segalanya

bagiku. Serta nenekku (Ibu Watemi) yang selalu memberikan doa dan nasihatnya, dan adikku (Feby Astuti) yang selalu memberi semangat dan motivasi untukku.

2. Calon imamku (Susilo Prabowo) yang selalu menjadi penyemangat dikala aku lelah, yang menjadi obat dikala aku sakit, yang menjadi air dikala aku merasa dahaga. Semoga kelak engkau akan menjadi imam bagiku, dan semoga Allah SWT senantiasa memelihara perasaan kita dalam ikatan hubungan ini. Amin...

3. Dosen pembimbing Bapak Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH. S.Pd. MM dan Ibu Dr. Kertati Sumekar, SE. MM yang senantiasa membimbing dan menjadi sumber inspirasi bagi saya.

4. Para sahabat yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, dan teman–teman serta orang–orang yang dekat dihatiku tanpa mereka semua aku takkan berarti.



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Penentuan Posisi Pasar dan Langkah-Langkah Strategi Pemasaran Melalui Analisis SWOT pada Toko Bunga Ferri Permana Nurvery Kecamatan Jati Kudus”**

Dalam penyusunan skripsi ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu proses penyusunan skripsi ini, terutama kepada :

1. Kedua orang tuaku yang senantiasa selalu memberikan kasih sayangnya, doa, nasehat, materi, semangat, serta dukungan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM, selaku Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Ibu Dina Lusianti, SE, MM. AAK selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus.
4. Bapak Dr. Drs. Ag. Sunarno H., SH. S.Pd. MM, selaku dosen pembimbing yang sudah mau bersabar membimbing saya dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi saya.
5. Ibu Dr. Kertati Sumekar, SE. MM, selaku dosen pembimbing yang sudah sabar membimbing saya dan memberikan arahan yang baik dalam penyusunan skripsi saya.

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah membekali ilmu, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

7. Sahabat dan teman-temanku yang selalu memberikan dukungan selama ini.

8. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca umumnya.

Kudus, 2019

Penulis

Yuni Mintya

201411131

**PENENTUAN POSISI PASAR DAN LANGKAH-LANGKAH STRATEGI  
PEMASARAN MELALUI ANALISIS SWOT PADA TOKO BUNGA  
FERRI PERMANA NURVERY KECAMATAN JATI KUDUS**

YUNI MINTYA  
201411131

Pembimbing 1 : Dr. Drs. Ag. Sunarno H., SH. S.Pd. MM  
2 : Dr. Kertati Sumekar, SE. MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi pemasaran pada usaha toko bunga Ferry Permana Nurvery Kecamatan Jati Kudus. Metode penelitian yaitu dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity dan Threat*) melalui perhitungan matrik SAP dan ETOP. Sampel dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu sampel untuk variabel internal yakni konsumen toko bunga Ferry Permana Nurvery Kecamatan Jati Kudus dengan jumlah 96 responden dengan menggunakan teknik *accidental sampling*, sedangkan sampel untuk variabel eksternal yaitu pihak perusahaan sebanyak 15 orang responden dengan teknik *sampling* jenuh (*sensus*). Hasil dari analisis SAP, toko bunga Ferry Permana Nurvery Kecamatan Jati Kudus berada pada posisi kuat dengan nilai tertimbang 4,31. Sedangkan hasil dari analisis ETOP, toko bunga Ferry Permana Nurvery kecamatan Jati Kudus posisinya pada usaha dewasa, dengan hasil nilai tertimbang dari EO sebesar 2,39 dan ETE sebesar 1,21. Dari hasil analisis SAP dan ETOP, maka matrik SWOT toko bunga Ferry Permana Nurvery Kecamatan Jati Kudus menunjukkan posisi investasi dengan strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, SAP, ETOP.

**DETERMINATION OF MARKET POSITION AND MARKETING STRATEGIES THROUGH SWOT ANALYSIS IN FLOWER STORIES FERRI PERMANA NURVERY KECAMATAN JATI KUDUS**

YUNI MINTYA  
201411131

Advistor 1 : Dr. Drs. Ag. Sunarno H., SH. S.Pd. MM  
2 : Dr. Kertati Sumekar, SE. MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS STUDY PROGRAM OF  
MANGEMENT**

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the marketing strategy in the flower shop business, Ferry Permana Nurvery, Jati Kudus District. The research method is using SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity and Threat) through the calculation of SAP and ETOP matrices. The sample in this study was divided into two, namely the sample for internal variables, namely consumers of flower shop Ferry Permana Nurvery Jati Kudus District with 96 respondents using accidental sampling technique, while the sample for external variables, namely the company as many as 15 respondents with saturated sampling technique (census) The results of the SAP analysis, the Ferry Permana Nurvery flower shop in Jati Kudus District are in a strong position with a weighted value of 4.31. Whereas the results from ETOP analysis, Ferry Permana Nurvery flower shop in Jati Kudus Subdistrict, its position in adult businesses, with the weighted value of EOE of 2.39 and ETE of 1.21. From the results of the SAP and ETOP analysis, the SWOT Florist Ferry Permana Nurvery matrix Jati Kudus District shows the investment position with market penetration and product development strategies..*

*Keywords: Marketing Strategy, SWOT Analysis, SAP, ETOP*



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	v
RINGKASAN / ABSTRAKSI .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	4
1.3 Perumusan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Manajemen Pemasaran .....	8
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	8
2.1.2 Pengertian Pemasaran .....	8
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	9
2.1.4 Lingkungan Pemasaran .....	12

2.1.4.1	Lingkungan Internal.....	12
2.1.4.2	Lingkungan Eksternal .....	16
2.2	Perencanaan Strategi.....	18
2.2.1	Pengertian Perencanaan Strategi.....	18
2.2.2	Jenis-Jenis Strategi.....	18
2.3	Analisis SWOT .....	19
2.4	Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	21
2.5	Kerangka Pikir Teoritis.....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>27</b>
3.1	Rancangan Penelitian.....	27
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	27
3.2.1	Variabel Internal .....	27
3.2.2	Variabel Eksternal.....	29
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	30
3.4	Populasi dan Sampel.....	32
3.4.1	Populasi.....	32
3.4.2	Sampel.....	32
3.5	Pengumpulan Data .....	34
3.6	Uji Instrumen Penelitian .....	35
3.6.1	Uji Validitas .....	35
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	39
3.7	Pengolahan Data .....	40
3.8	Analisis Data.....	41

3.8.1	<i>Analisis Strategy Advantage Profile (SAP)</i> .....	42
3.8.2	<i>Analisis Environmental Threat and Opportunity Profile (ETOP)</i> .....	44
3.8.3	Matrik SWOT .....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		49
4.1	Gambaran Toko Bunga Ferri Permana Nurvery .....	49
4.1.1	Sejarah Toko Bunga Ferri Permana Nurvery.....	49
4.1.2	Struktur Organisasi Toko Bunga Ferri Permana Nurvery .....	50
4.1.3	Bidang Pemasaran.....	51
4.1.4	Analisis Lingkungan Eksternal .....	52
4.2	Penyajian Data .....	54
4.2.1	Karakteristik Identitas Responden .....	54
4.2.1.1	Pengelompokan Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.2.1.2	Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.2.2	Deskriptif Variabel Penelitian.....	58
4.2.2.1	Variabel Internal .....	58
4.2.2.2	Variabel Eksternal.....	62
4.3	Hasil Analisis Data .....	63
4.3.1	Analisis SAP .....	63
4.3.2	Analisis ETOP .....	66
4.3.3	Matrik Posisi SWOT pada Toko Bunga Ferri Permana Nurvery kecamatan Jati Kudus .....	70

4.4 Pembahasan.....	71
4.4.1 <i>Strategic Advantage Profile (SAP)</i> .....	71
4.4.2 <i>Environmental Threat Opportunity Profile (ETOP)</i> .....	73
4.4.3 Matrik SWOT .....	76
4.4.4 Strategi Perusahaan .....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan .....	79
5.2 Saran .....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN	



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Daftar Nama Tanaman Hias di Kudus .....	2
Tabel 1.2 Jumlah Daerah Pemasaran Toko Bunga Ferri Permana Nurvery kecamatan kecamatan Jati Kudus dari Tahun 2015-2018.....	3
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Internal .....	36
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Eksternal .....	38
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Internal.....	39
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Eksternal .....	40
Tabel 3.5 Posisi Perusahaan dalam Matriks SWOT .....	48
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden Variabel Internal.....	55
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden Variabel Eksternal .....	56
Tabel 4.3 Usia Responden Variabel Internal .....	56
Tabel 4.4 Usia Responden Variabel Eksternal.....	57
Tabel 4.5 Frekuensi Variabel Internal Produk .....	58
Tabel 4.6 Frekuensi Variabel Internal Harga.....	59
Tabel 4.7 Frekuensi Variabel Internal Tempat .....	60
Tabel 4.8 Frekuensi Variabel Internal Promosi .....	61
Tabel 4.9 Frekuensi Variabel Eksternal.....	62
Tabel 4.10 Analisis SAP Toko Bunga Ferri Permana Nurvery kecamatan Jati Kudus.....	64
Tabel 4.11 Kelas Interval .....	66
Tabel 4.12 Analisis ETOP Toko Bunga Ferri Permana Nurvery kecamatan Jati Kudus.....	67
Tabel 4.13 Matrik SWOT Toko Bunga Ferri Permana Nurvery kecamatan Jati Kudus.....	70

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	26
Gambar 3.1 Posisi Perusahaan dalam Matrik ETOP .....	46
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Toko Bunga Ferri Permana Nurvery kecamatan Jati Kudus.....	50
Gambar 4.2 Matrik ETOP Usaha Toko Bunga Ferri Permana Nurvery Kecamatan Jati Kudus .....	69

