



**STRATEGI PEMASARAN DENGAN ANALISIS  
*STRENGTHS, WEAKNESSES, OPPORTUNITIES, DAN  
TREATHS* PADA ELIZABETH'S STORE CABANG  
KUDUS**

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

Oleh :

**CLARA OKTAVIA NANDA**

**NIM 2015-11-154**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2019**

**STRATEGI PEMASARAN DENGAN ANALISIS *STRENGTHS*,  
*WEAKNESSES*, *OPPORTUNITIES*, DAN *TREATHS* (SWOT) PADA  
ELIZABETH'S STORE CABANG KUDUS**

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

Tanggal, 26 Agustus 2019

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I

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

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

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II



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

**Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM.**  
NIDN. 0608086402

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### *Motto :*

*“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.*

*(Al Insyira: 5)*

*“Allah mencintai orang yang bekerja yang apabila bekerja ia menyelesaikannya dengan baik.”*

*(HR. Thabrani)*

*“Waktu itu bagaikan pedang, jika kamu tidak memanfaatkannya, ia akan memotongmu (menggilasmu)”*

*(H.R. Muslim)*

**Ku persembahkan karya ini untuk :**

- 1. Bapak dan ibu yang tersayang.*
- 2. Seluruh keluargaku yang tersayang.*
- 3. Sahabat seperjuanganku.*
- 4. Almamaterku.*

## 1. KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat serta karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Strategi Pemasaran Dengan Analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Dan Treaths* (Swot) Pada Elizabet’s Store Cabang Kudus”. Skripsi ini untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Dalam penulisan skripsi ini, penulis selalu mendapatkan bimbingan, dorongan, serta semangat dari banyak pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
2. Ibu Dina Lusianti, SE, MM, AAK., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Bapak Dr. Drs. Ag Sunarno H, SH, S.Pd., MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap dosen pengajar dan staff karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.
6. Kedua orang tua yang telah memberikan dorongan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

7. Kakak Lailis Febrianika Utami Putri dan Adik Berlian Regita Cahaya tercinta yang telah memberikan semangat, motivasi dan dorongan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi.
8. Teman seperjuanganku Tiara Widyastusti, Oktaviani Eka W., yang telah memberikan semangat, motivasi dan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, dan banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun pembahasan materi. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis, sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun mudah-mudahan dikemudian hari dapat memperbaiki segala kekurangannya.

Kudus 26 Agustus 2019

Penulis,



**CLARA OKTAVIA NANDA**

**NIM 2015-11-154**

**ABSTRAKSI****STRATEGI PEMASARAN DENGAN ANALISIS *STRENGTHS*,  
*WEAKNESSES*, *OPPORTUNITIES*, DAN *TREATHS* (SWOT) PADA  
ELIZABETH'S STORE CABANG KUDUS****CLARA OKTAVIA NANDA****NIM 2015-11-154****Pembimbing : 1. Dr. Drs. Ag Sunarno H, SH, S.Pd., MM.  
2. Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM.****UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Persaingan ketat menuntut perusahaan harus mempunyai strategi keunggulan daya saing yang tepat dengan tujuan mampu bersaing dipasaran. Strategi daya saing dapat ditentukan melalui analisis SWOT. Analisis SWOT yaitu alat ukur yang efektif untuk menentukan strategi perusahaan dengan membandingkan lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang ada pada perusahaan tersebut. Analisis lingkungan internal menghasilkan SAP dan ETOP dapat diketahui posisi strategi perusahaan. Dari hasil SAP dan ETOP dapat diketahui posisi strategi perusahaan tersebut.

Analisis SAP dari tas Elizabeth pada Elizabeth's Store Cabang Kudus mempunyai sebesar nilai 3,63 artinya menunjukkan posisi aman dan analisis ETOP nya mempunyai nilai EOE sebesar 3,50 dan nilai ETE sebesar 3,52 yang artinya menunjukkan posisi spekulatif. Dari analisis SWOT diketahui bahwa strategi pemasaran tas Elizabeth pada Elizabeth's Store Cabang Kudus adalah Strategi Agresif Konsentrasi dengan mengarahkan sumber daya dan dana yang dimiliki digunakan untuk meningkatkan jumlah produksi agar dapat melayani pasar lebih luas atau lebih banyak lagi.

Kata kunci: strategi pemasaran, SAP, ETOP.

**ABSTRACT****MARKETING STRATEGY BY ANALYZING STRENGTHS,  
WEAKNESSES, OPPORTUNITIES, AND TREATHS (SWOT) AT  
ELIZABETH'S STORE KUDUS****CLARA OKTAVIA NANDA****NIM 2015-11-154**

**Guidance Lecturer : 1. Dr. Drs. Ag Sunarno H, SH, S.Pd., MM.  
2. Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM.**

**MURIA KUDUS UNIVERSITY  
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS MANAGEMENT**

*Tight competition requires companies to have the right competitive advantage strategy with the aim of being able to compete in the market. Competitiveness strategies can be determined through SWOT analysis. SWOT analysis is an effective measurement tool to determine the company's strategy by comparing the internal environment and the external environment that exists in the company. Internal environment analysis results in SAP and ETOP knowing the company's strategic position. From the results of SAP and ETOP, we can find out the company's strategic position.*

*SAP analysis from Elizabeth's bag to Elizabeth's Store Kudus Branch has a value of 3.63 which means it shows a safe position and its ETOP analysis has an EOE value of 3.50 and an ETE value of 3.52 which means showing speculative positions. From the SWOT analysis, it is known that Elizabeth's bag marketing strategy at the Elizabeth's Store Kudus Branch is an Aggressive Concentration Strategy by directing resources and funds that are used to increase the amount of production in order to serve a wider market or more.*

*Keywords: marketing strategy, SAP, ETOP.*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
1.1.1 ABSTRAKSI .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Ruang Lingkup.....	8
1.3. Perumusan Masalah.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1. Pemasaran.....	11
2.2. Bauran Pemasaran .....	19
2.3. Aspek Analisis SWOT .....	27
2.4. Penelitian Terdahulu.....	32
2.5. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	38



BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1. Rancangan Penelitian .....	41
3.2. Variabel Penelitian .....	41
3.3. Definisi Operasional Variabel .....	42
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	44
3.5. Populasi dan Sampel.....	45
3.6. Metode Pengumpulan Data .....	47
3.7. Uji Instrumen.....	48
3.8. Pengolahan Data.....	53
3.9. Analisis Data .....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	59
4.2. Penyajian Data.....	65
4.3. Analisis Data .....	82
4.4. Pembahasan .....	105
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	107
5.1. Kesimpulan.....	107
5.2. Saran-saran .....	108

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. <i>Top Brand</i> Produk Tas Wanita Indonesia Tahun 2018	
Fase 2.....	6
Tabel 2.1. Matriks SWOT .....	28
Tabel 2.2. IFAS ( <i>Internal Factors Analysis Summary</i> ) .....	30
Tabel 2.3. EFAS ( <i>Eksternal Factors Analysis Summary</i> ) .....	31
Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas Internal .....	49
Tabel 3.2 Hasil Uji Valitas Eksternal.....	50
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Internal.....	52
Tabel 3.4. Hasil Uji Reliabilitas Eksternal .....	52
Tabel 3.5. Matrik SWOT.....	57
Tabel 4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia .....	65
Tabel 4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan	
Terakhir .....	66
Tabel 4.3. Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia .....	67
Tabel 4.4. Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan	
Terakhir .....	67
Tabel 4.5. Frekuensi Variabel Internal Produk .....	68
Tabel 4.6. Frekuensi Variabel Internal Harga .....	69
Tabel 4.7 Frekuensi Variabel Internal Promosi.....	70
Tabel 4.8. Frekuensi Variabel Internal <i>Value</i> .....	71
Tabel 4.9. Frekuensi Variabel Internal <i>Imitability</i> .....	72

Tabel 4.10. Frekuensi Variabel Internal <i>Durability</i> .....	73
Tabel 4.11. Frekuensi Variabel Internal <i>Transferability</i> .....	74
Tabel 4.12. Frekuensi Variabel Eksternal Konsumen .....	75
Tabel 4.13. Frekuensi Variabel Eksternal Lingkungan Ekonomi .....	76
Tabel 4.14. Frekuensi Variabel Eksternal Sosial Budaya .....	77
Tabel 4.15. Frekuensi Variabel Eksternal Pesaing .....	78
Tabel 4.16. Perhitungan Nilai Kekuatan dan Kelemahan Pemasaran Tas Elizabeth pada Elizabeth's Store Cabang Kudus .....	83
Tabel 4.17. Perhitungan Nilai Peluang Kelemahan Pemasaran Tas Elizabeth pada Elizabeth's Store Cabang Kudus .....	88
Tabel 4.18 Perhitungan Nilai Ancaman Pemasaran Tas Elizabeth pada Elizabeth's Store Cabang Kudus .....	91
Tabel 4.19 Kelas Interval Posisi Persaingan Strategik .....	95
Tabel 4.20. Matrik ETOP Tas Elizabeth pada Elizabeth's Store Cabang Kudus .....	97
Tabel 4.21. Matrik Posisi SWOT Tas Elizabeth pada Elizabeth's Store Cabang Kudus .....	98

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Diagram Analisis SWOT .....	27
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	40
Gambar 4.1.. Logo Elizabeth .....	61

