

**SKRIPSI**



**PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN  
ANALISIS SWOT PADA CV DITA KURNIA  
DI KABUPATEN KUDUS**

Diajukan Oleh:  
Mohamad Syahrul Hidayat  
201411364

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
2020**

**PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN  
ANALISIS SWOT PADA CV DITA KURNIA DI KABUPATEN KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 27 Februari 2020

Mengetahui,  
Ketua Program Studi,



((Dina Luslanti, SE., MM. AAK))

NIDN. 0520017602

Pembimbing I



(Dr. Drs. Ag. Sunarno-H, SH, S.Pd.,

NIDN. 0026065516

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi,



(Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM)

NIDN. 0618066201

Pembimbing II



(Indah DWI Prasetyaningrum,SE,MM)

NIDN. 06300098401

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO :

*” Barangsiapa bertakwa kepada Allah SWT, niscaya Dia akan mengadakan baginya jalan keluar. Dan memberinya rezeki dari arah yang tiada disangka –*

*sangkanya.”*

*( QS. Ath Tholaq: 2-3)*

### PERSEMBAHAN :

1. Teruntuk Bapak dan Bunda yang senantiasa selalu mendoakan saya disetiap sujudnya dan selalu memberikan kekuatan tersendiri untuk saya
2. Teruntuk teman bermusik yang juga selalu mendoakan saya
3. Teruntuk yang saling menyemangati dan berbagi keluh kesah
4. Teruntuk teman main “Agung, Mas Tejo, Mbah Jenggot, Mas Aan, Mas Ardi, Niko ” yang juga saling memberi semangat dan saling mengingatkan
5. Seluruh penyemangat saya yang tidak dapat disebutkan satu persatu
6. Teman – teman seperjuangan FEB UMK angkatan 2014

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas Rahmat, Taufik, Hidayah serta Inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perencanaan Strategi Pemasaran menggunakan analisis swot pada CV Dita Kurnia di kabupaten kudus” dengan baik dan tepat pada waktunya. Penyusunan skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak lepas dari berbagai pihak yang telah membantu, memberikan bimbingan serta motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis memberikan ucapan terimakasih dengan sepuh hati kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs., MM, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Ibu Dina Lusianti, SE., MM . AAK, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Bapak Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH, S.Pd., MM, selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa memberikan petunjuk arahan dalam penulisan skripsi ini.
4. Ibu Indah Dwi Prastyanigrum, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing II yang juga senantiasa memberikan petunjuk arahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Staf Dosen Ekonomi Progdil Manajemen Universitas Muria Kudus yang telah membekali penulis dengan Ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan.

6. Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
7. Seluruh Keluarga tercinta atas doa dan dukungan yang selalu diberikan tanpa pamrih kepada penulis.
8. Teman – teman yang telah banyak memberikan dukungan semangat, motivasi dan selalu berbagi keluh kesah untuk bersama – sama menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman - teman Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2014.
10. Bapak Munardi selaku pemilik CV Dita Kurnia yang sudah memberikan izin untuk melakukan penelitian.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang pantas kepada semua pihak yang disebutkan diatas. Penulis menyadari bahwa hasil penulisan skripsi ini belum sepenuhnya sempurna, namun penulis telah berusaha dengan segenap pikiiran dan kemampuan agar dapat menyusun skripsi ini dengan baik. Penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun. Akhir kata hanya kepada Allah SWT penulis serahkan, mudah – mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Kudus, 8 Februari 2020

Penulis



Mohamad Syahrul Hikmat  
201113364

**PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN  
ANALISIS SWOT PADA CV DITA KURNIA DI KABUPATEN KUDUS**

Mohamad Syahrul Hidayat  
NIM. 201411364

Dosen Pembimbing :1.Dr. Drs. Ag. Sunarno H,SH,S.Pd.,MM  
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE.,MM

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

**ABSTRAKSI**

Penelitian pada percetakan kertas di CV Dita Kurnia memiliki tujuan untuk mengetahui posisi strategi yang akan digunakan dalam menentukan strategi pemasarannya. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode wawancara dan metode kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 98 responden yang merupakan konsumen dan 15 responden yang terdiri dari pemilik serta seluruh karyawan CV Dita Kurnia. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis SWOT.

Berdasarkan hasil analisis yang digunakan diketahui bahwa posisi strategi industri percetakan kertas di CV Dita Kurnia berada pada posisi Investasi yang diketahui melalui matrik SWOT, sebelumnya diketahui posisi *Strategic Advantage Product* (SAP) berada pada posisi Kuat dengan total nilai 3,96 dan posisi *Environmental Threat Opportunity Profile* (ETOP) berada pada posisi usaha Ideal dimana nilai tertimbang pada EOE adalah 2,51 dan ETE adalah 1,89. Setelah mengetahui posisi strategi berada pada posisi Investasi maka ditentukan strategi yang akan digunakan adalah strategi Intensif karena industri dalam penelitian terus melakukan pengembangan pasar dan memperluas pangsa pasar.

Kata Kunci : Strategi, SWOT, SAP, ETOP

***ANALYSIS OF THE MARKETING STRATEGY SWOTOF CV DITA KURNIA  
IN KUDUS DISTRICT***

Mohamad Syahrul Hidayat  
NIM. 201411364

Dosen Pembimbing :1. Dr. Drs. Ag. Sunarno H,SH,S.Pd.,MM  
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE.,MM

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

***ABSTRACT***

*Research on paper printing in CV Dita Kurnia has the objective to determine the position of the strategy that will be used in determining its marketing strategy. Data collection methods used were interview and questionnaire methods. The sample used in this study consisted of 98 respondents who were consumers and 15 respondents consisting of the owner and all employees of CV Dita Kurnia. The data analysis method used in this study is the SWOT analysis method.*

*Based on the results of the analysis used it is known that the position of the paper printing industry's strategy in CV Dita Kurnia is in the Investment position known through the SWOT matrix, previously known the Strategic Advantage Product (SAP) position is in a Strong position with a total value of 3.96 and the position of Environmental Threat Opportunity Profile (ETOP) is in an ideal business position where the weighted value in EOE is 2.51 and ETE is 1.89. After knowing the position of the strategy is in the position of investment, it is determined that the strategy to be used is an intensive strategy because the industry in research continues to develop the market and expand market share.*

*Keywords: Strategy, SWOT, SAP, ETOP*

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul .....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Motto dan Persembahan .....	iii
Kata pengantar .....	iv
Abstraksi .....	vi
Daftar Isi .....	v
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Gambar .....	xiii
Daftar Rumus .....	xiv
Bab I Pendahuluan .....	1
Latar Belakang .....	1
Ruang Lingkup .....	4
1.1. Perumusan Masalah.....	5
1.2. Tujuan Penelitian.....	5
1.3. Manfaat Penelitian.....	6
Bab II Tinjauan Pustaka .....	8
2.1 Pemasaran .....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	8
2.1.2 Lingkungan Pemasaran .....	8
2.2 Analisis Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal .....	10
2.2.1 Analisis Lingkungan Internal .....	11



2.2.2 Analisis Lingkungan Eksternal .....	14
2.3 Analisis SWOT .....	16
2.4 Posisi Strategi .....	18
2.4.1 Penentuan Strategi dengan Metode SAP .....	19
2.4.2 Penentuan Strategi dengan Metode ETOP .....	20
2.4.3 Matrik SWOT .....	22
2.5 Strategi Pemasaran .....	23
2.6 Penelitian Terdahulu .....	25
2.7 Kerangka Pemikiran .....	28
Bab III Metode Penelitian .....	32
3.1 Rancangan Penelitian .....	32
3.2 Variabel Penelitian .....	
3.2.1 Variabel Internal .....	33
3.2.2 Variabel Eksternal .....	33
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	34
3.4 Populasi dan Sampel .....	34
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	37
3.5.1 Metode observasi .....	37
3.5.2 Metode kuesioner .....	37
3.6 Pengolahan data .....	37
3.7 Uji intrumen .....	39
3.8 Analisis Data .....	43
3.8.1 Analisis SWOT .....	43

Bab IV Hasil dan Pembahasan .....	50
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	50
4.1.1 Sejarah CV Dita Kurnia .....	50
4.1.2 Visi Misi .....	51
4.1.3 Struktur Organisasi .....	53
4.1.4 Hasil dan Proses Produksi .....	53
4.2 Penyajian Data .....	55
4.3 Hasil Analisis Data .....	58
4.3.1 Analisis SAP .....	59
4.3.2 Analisis ETOP .....	60
4.3.3 Matrik SWOT .....	62
4.4 Pembahasan .....	63
Bab V Kesimpulan .....	68
5.1 Kesimpulan .....	68
5.2 Saran .....	68
Daftar Pustaka .....	70
Lampiran	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan .....	5
Tabel 2.1 Kelas Interval .....	16
Tabel 2.2 Matrik Posisi SWOT .....	22
Tabel 3.1 Hasil Pengujian Validitas Variabel Internal .....	36
Tabel 3.2 Hasil Pengujian Validitas Variabel Eksternal .....	37
Tabel 3.3 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	39
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden Variabel Internal .....	47
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden Variabel Eksternal .....	47
Tabel 4.3 Usia Responden Variabel Internal .....	48
Tabel 4.4 Usia Responden Variabel Eksternal .....	48
Tabel 4.5 Pendidikan Terakhir Responden Variabel Internal .....	49
Tabel 4.6 Pendidikan Terakhir Responden Variabel Eksternal .....	50
Tabel 4.7 Perhitungan SAP .....	51
Tabel 4.8 Kelas Interval SAP .....	52
Tabel 4.9 Analisis ETOP .....	53
Tabel 4.10 Matrik SWOT Penentuan Posisi Strategi .....	55

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Matrik ETOP .....	20
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	28
Gambar 4.1 Matrik Posisi ETOP .....	54



## DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Perhitungan Sampel .....	33
Rumus 3.2 Pemberian Bobot, Skaka dan Nilai Tertimbang .....	41

