

LAPORAN PENELITIAN

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN  
PERUSAHAAN BORDIR PRIMADONA KUDUS  
DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN  
DI KABUPATEN KUDUS



Oleh :

Dra. Panca Winahyuningsih, MM

Penelitian ini dibiayai oleh

UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
MELALUI PUSAT PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2001

PENGESAHAN KONSULTAN

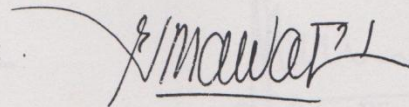
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN  
PERUSAHAAN BORDIR PRIMADONA KUDUS  
DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN  
DI KABUPATEN KUDUS

Oleh :

Dra. Panca Winahyuningsih, MM

Konsultan : DR. Sukmawati, MM  
Pangkat / Gol / NIP : Pembina / IV A  
Jabatan : Lektor Kepala  
Fakultas : Ekonomi  
Perguruan Tinggi : Universitas Atmajaya Yogyakarta

Tanda Tangan :



FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2001

## INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui posisi pemasaran perusahaan bordir Primadona dalam menghadapi persaingan di Kabupaten Kudus dan merumuskan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan bordir agar dapat mempertahankan posisinya. Penelitian ini dilakukan dengan studi kasus pada perusahaan bordir Primadona Kudus. Data yang digunakan adalah data primer dengan cara memberikan kuisioner kepada 20 konsumen bordir yang terpilih secara acak dan 5 toko penjual tekstil dan bordir. Alat analisis yang digunakan adalah dengan alat analisis lingkungan (*SWOT*).

Hasil analisis *SWOT* menunjukkan bahwa posisi strategi perusahaan bordir Primadona Kudus dilihat dari *SAP* berada pada posisi strategi kuat (*Strong*) dan jika dilihat dari *ETOP* berada pada posisi usaha ideal. Dengan demikian alternatif perusahaan bordir Primadona dilihat dari *SWOT* berada pada alternatif investasi. Strategi yang dapat dipilih yaitu strategi pertumbuhan pasar secara keseluruhan, mempertahankan pangsa pasar, menambah modal dan merekrut tenaga yang handal.

**Key word : posisi perusahaan, strategi pemasaran dan analisis *SWOT***



## **ABSTRACT**

*The main purpose of this research is to find out the company's marketing position of bordir Primadona in facing the market competition in Kudus. Regency are to formulate the right marketing strategy for bordir industries in order to keep their existence on the market position. The research is done in case study method in the bordir Primadona industry Kudus. The data used is primary data that the method is by giving questionnaires to 20 customers pick randomly and 5 textile and bordir outlets in Kudus. The research used by the writer is analysis instrument which is an environmental analysis instruments (SWOT).*

*The research of SWOT analysis indicates that the strategic position of Primadona bordir company Kudus in the SAP point of view is in the strong position. Thus, from the SWOT alternative point of views the bordir Primadona company is an alternative investments. The strategic that can be chosen is the market growth strategy all eternally, maintaining the market segments, having additional capital and recruit a good human resources.*

**The key word :** *company position, marketing strategy and SWOT analysis*

## KATA PENGANTAR

Berkat Rahmat Allah Yang Maha Pemurah dan Maha Penyayang, peneliti panjatkan puji dan syukur atas taufik dan hidayah-Nya, sehingga peneliti ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu

Dalam penelitian ini, peneliti mencoba untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan bordir Primadona Kudus dalam menghadapi persaingan di Kabupaten Kudus. Peneliti merasa bahwa hasil penelitian ini masih belum sempurna, untuk itu ada beberapa rekomendasi yang perlu dilanjutkan dengan penelitian yang lain.

Pada kesempatan ini, peneliti menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah membantu sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan.

Akhirnya peneliti berharap, semoga hasil penelitian ini bermanfaat dan dapat menunjang perkembangan bisnis bordir di Kudus.

Kudus, Oktober 2001  
Peneliti

Dra. Panca Winahyuningsih, MM





## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN KONSULTAN .....	ii
HALAMAN IDENTITAS DAN PENGESAHAN .....	iii
INTISARI .....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>6</b>
A. Definisi, Teori .....	6
1. Pengertian Strategi .....	6
2. Strategi Pemasaran .....	9
3. Strategi Bersaing .....	35
4. Strategi Pemasaran dalam Berbagai Posisi Persaingan .....	48





4. Strategi Pemasaran dalam berbagai posisi persaingan...	48
5. Analisis lingkungan perusahaan.....	55
B. Penelitian Terdahulu.....	59
C. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	61
<b>BAB III METODA PENELITIAN</b> .....	62
A. Jenis Penelitian.....	62
B. Teknik Pengambilan Data .....	62
C. Variabel Penelitian.....	63
D. Metode Analisis Data .....	64
E. Implikasi Strategis.....	64
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	66
A. Analisis Strategi Pemasaran.....	66
1. Analisis SWOT.....	66
2. Analisis SAP ( <i>Strategic Advantage Profile</i> ).....	69
3. Analisis ETOP ( <i>Environmental Threat Opportunity Profile</i> ).....	74
4. Posisi Strategi Pemasaran Industri Bordir Primadona	78
B. Implikasi Strategi.....	84
1. Implikasi strategi ditinjau dari aspek kekuatan bauran pemasaran.....	87
2. Implikasi strategi dari aspek peluang pemasaran.....	90
3. Implikasi strategi dengan antisipasi ancaman perusahaan.....	91



<b>BAB V PENUTUP</b> .....	94
A. Kesimpulan .....	94
B. Keterbatasan.....	95
C. Rekomendasi.....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	98
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	99

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1. Perhitungan Nilai Kekuatan dan Kelemahan Pemasaran Kain Bordir Primadona.....	70
Tabel 2. Peluang Lingkungan Industri Bordir.....	75
Tabel 3. Ancaman Lingkungan Industri Bordir.....	76
Tabel 4. Kelas Interval Posisi Persaingan Strategik.....	80



