



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA GARAM
PADA HOME INDUSTRI DESA BABALAN
KABUPATEN DEMAK**

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

Diajukan Oleh :

NUR ROHMAD

2011-11-116

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2015**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA GARAM
PADA HOME INDUSTRI DESA BABALAN
KABUPATEN DEMAK**

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

Mengetahui,

Pembimbing I

Dr. Drs. Joko Utomo, MM

NIP. 0610702010101028

Kudus, 2015

Pembimbing II

Ratna Yulia W, SE, MM

NIP. 0610702010101168

Mengetahui,

Ketua ProgDI

NOOR AZIS, SE, MM

NIS. 0610701000001179

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA GARAM

PADA HOME INDUSTRI DESA BABALAN KABUPATEN DEMAK

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

Kudus, 2015

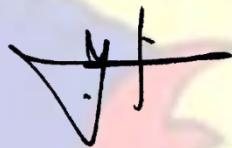
Mengetahui,

Dekan



Dr.H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM.
NIS. 0610702010101021

Pembimbing I



Dr. Drs. Joko Utomo, MM
NIP. 0610702010101028

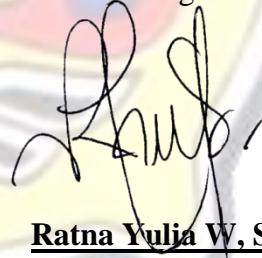
Mengetahui,

Ketua ProgDI



NOOR AZIS, SE., MM
NIS. 0610701000001179

Pembimbing II



Ratna Yulia W, SE, MM
NIP. 0610702010101168

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Jadilah sabar dan sholat sebagai penolongmu.

Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali ibagi orang-orang yang khusyu (yaitu) orang-orang yang menyakin, bahwa mereka akan menemui Tuhan-Nya, dan bahwa mereka akan kembali kepada-Nya.”

(Al Baqoroh 45-46)

PERSEMBAHAN :

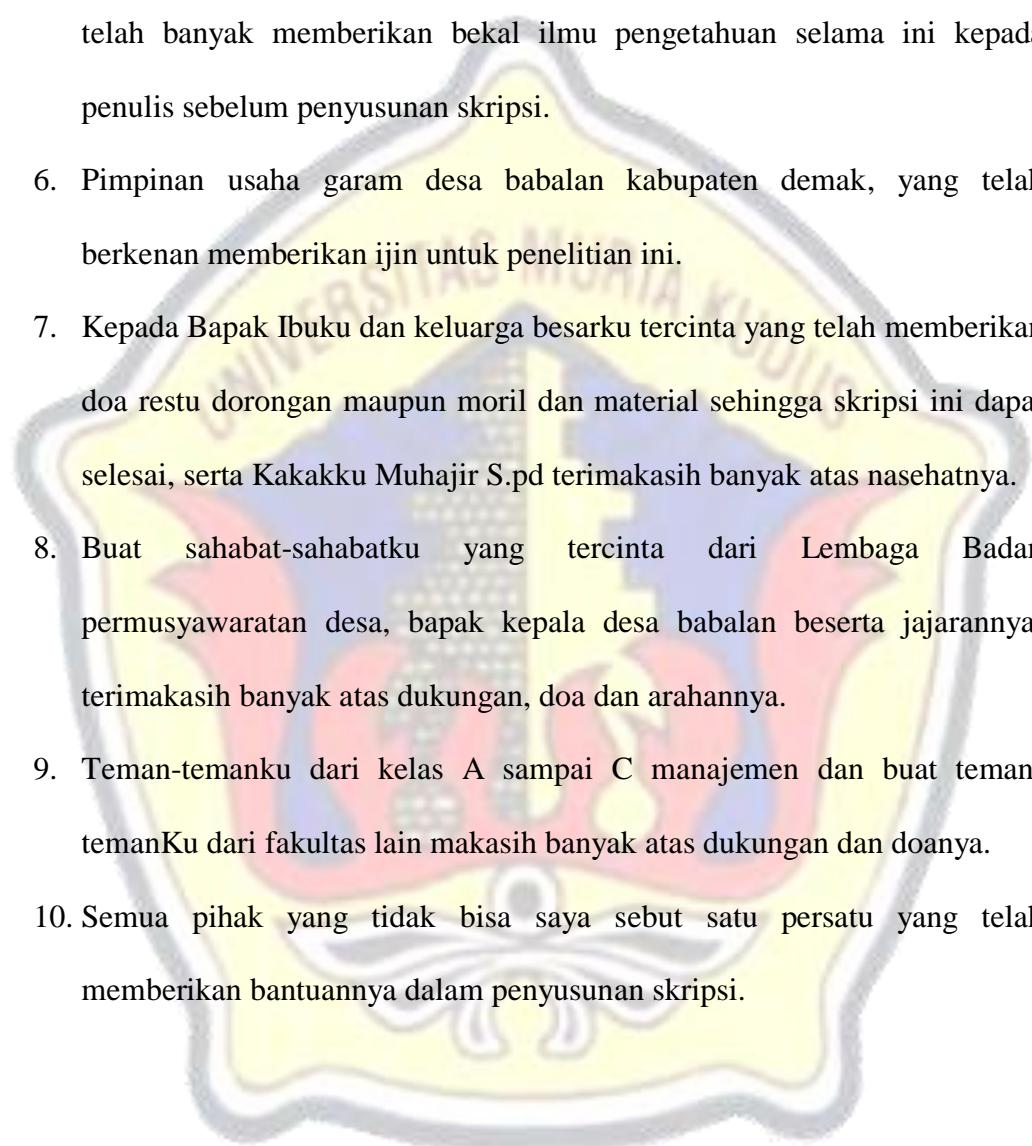
1. Kedua orang tuaku yang tercinta
2. Kakakku tercinta
3. Adikku tercinta
4. Teman-teman dan Sahabat
5. Almamater UMK

KATA PENGANTAR

Syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA GARAM PADA HOME INDUSTRI DESA BABALAN KABUPATEN DEMAK. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi Program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

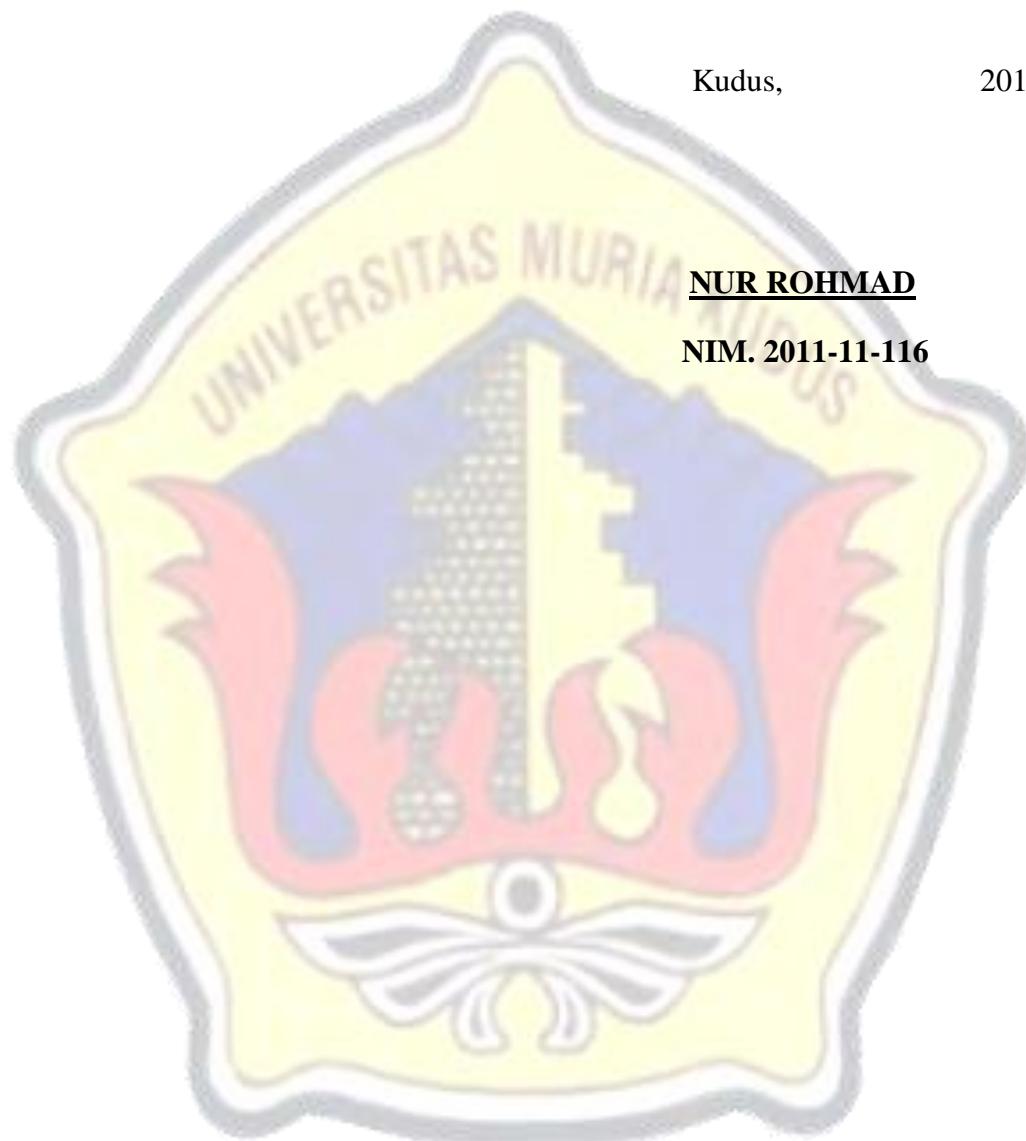
Keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang menjadi motivasi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu dengan ketulusan hati penulis mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya sehingga terwujudnya skripsi ini, kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Drs. H. Mochamad Edris, MM selaku ketua Program Studi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah memberi ijin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi.
2. Bapak Noor Azis, SE, MM. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah memberi ijin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi.
3. Bapak Dr. Drs. H. Joko Utomo, MM., selaku dosen pembimbing I yang terhormat yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesainya penulisan skripsi ini.

- 
4. Ibu Ratna Yulia Wijayanti, SE, MM. Selaku dosen pembimbing II yang terhormat dan tercinta yang telah mendidik, memberi bimbingan dan arahan hingga terselesainya penulisan skripsi ini.
 5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan selama ini kepada penulis sebelum penyusunan skripsi.
 6. Pimpinan usaha garam desa babalan kabupaten demak, yang telah berkenan memberikan ijin untuk penelitian ini.
 7. Kepada Bapak Ibuku dan keluarga besarku tercinta yang telah memberikan doa restu dorongan maupun moril dan material sehingga skripsi ini dapat selesai, serta Kakakku Muhajir S.pd terimakasih banyak atas nasehatnya.
 8. Buat sahabat-sahabatku yang tercinta dari Lembaga Badan permusyawaratan desa, bapak kepala desa babalan beserta jajarannya, terimakasih banyak atas dukungan, doa dan arahannya.
 9. Teman-temanku dari kelas A sampai C manajemen dan buat teman-temanku dari fakultas lain makasih banyak atas dukungan dan doanya.
 10. Semua pihak yang tidak bisa saya sebut satu persatu yang telah memberikan bantuannya dalam penyusunan skripsi.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Penulis dengan senang hati menerima saran dan kritik untuk perkembangan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dengan adanya bagi siapapun..

Kudus, 2015



ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA GARAM PADA HOME INDUSTRI DESA BABALAN KABUPATEN DEMAK

NUR ROHMAD

2011-11-116

Pembimbing:

1. Bapak Dr. Drs. Joko Utomo, MM
2. Ibu Ratna Yulia Wijayanti, SE, MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Economic globalization and free trade liberalization are signified by hard competition that pushing the companies to increase their productivity and product quality result, that is why we need to analize business managment especially marketing strategic.

SWOT (Strength, Weakness, Opportunity and Threat Analysis) analysis tools are consist of SAP (Strategy Advantage Profile) analysis and ETOP (Environmental Threat Opportunity Profile) Analysis, are used to know the company market position in the competition with the same type of companies. And they are used to see what is the exact strategy to stay exit even though there are many changes in the external environment.

SAP analysis to salt business in secure competition position (Favourable) and ETOP analysis shows that salt business including Speculative business. Combination of those two matrixes in SWOT matrixes shows in the investigation position. It means that strategy implemented by the company in competition must be renewed, to overcome that condition, the company needs to implement marketing strategy that mostly possible and realistic namely External Expansion Strategy.

Key word: SWOT, SAP, ETOP, *Marketing strategy*

Globalisasi ekonomi dan liberalisasi perdagangan bebas ditandai dengan persaingan yang semakin ketat sehingga mendorong perusahaan untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas produk yang dihasilkan, oleh karena itu perlu dilakukan suatu analisis terhadap pengelolaan usaha khususnya strategi pemasaran.

Alat analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity and Threat Analysis*), yang terdiri dari analisis SAP (*Strategy Advantage Profile*) dan analisis ETOP (*Environmental Threat Opportunity Profile*). Dilakukan untuk mengetahui posisi pasar perusahaan dalam persaingan dengan perusahaan sejenis yang ada, serta bagaimana strategi yang tepat agar tetap eksis meskipun terjadi perubahan lingkungan eksternal.

Berdasarkan analisis SAP Usaha garam desa babalan kabupaten demak terletak pada posisi Aman (*Favourable*) dan analisis ETOP memperlihatkan perusahaan Garam desa babalan kabupaten demak termasuk dalam usaha Spekulatif (*Spekulative Bussines*). Posisi Investasi. Hal ini berarti strategi yang diterapkan perusahaan dalam persaingan perlu diperbarui, untuk mengatasi kondisi tersebut maka perusahaan perlu menerapkan strategi pemasaran yang paling memungkinkan danrealistik.

Kata Kunci: SWOT, SAP, ETOP, Strategi Pemasaran.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang	1
2. Ruang Lingkup	3
3. Rumusan Masalah	4
4. Tujuan Penelitian.....	4
5. Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Pemasaran.....	5
2.1.1 Pengertian Pemasaran	5
2.2 Tujuan Pemasaran	9
2.3 Pengertian Strategi Pemasaran	10
2.4 Unsur-unsur Strategi Pemasaran	11
2.4.1 Lingkungan Internal	12

2.4.2 Lingkungan Eksternal	20
2.5 Strategi Bersaing	21
2.5.1 Pengertian Strategi Bersaing	21
2.5.2 Macam-macam Strategi Bersaing Generik	28
2.6 Aspek produksi pembuatan garam	31
2.7 Analisis Posisi	32
2.7.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	32
2.7.2 Kerangka Pikir.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Rancangan Penelitian	37
3.2 Variabel Penelitian	37
3.3 Jenis dan Sumber Data	39
3.4 Populasi dan Sampel	40
3.5 Metode Pengumpulan Data	41
3.6 Pengolahan Data.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Deskriptif Hasil Penelitian	51
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	51
4.1.2 Personalia	52
4.1.3 Aspek Pemasaran Produk.....	53
4.2 Penyajian Data	54

4.2.1 Variabel Internal	56
4.2.2 Variabel Eksternal	57
4.3 Analisis Data	58
4.3.1 Analisis SWOT	58
4.3.2 Analisis SAP	61
4.3.3 Analisis ETOP.....	63
4.3.4 Posisi Strategi Pemasaran Garam.....	66
4.4 Pembahasan.....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Strategi Bersaing Generik	29
Tabel 2.7.1.Tinjauan Penelitian Terdahulu	32
Tabel 2.3 Matrik SWOT	50
Tabel 4.1.Sampel Yang di Teliti	54
Tabel 4.2. Hasil Kuesioner Variabel Internal.....	56
Tabel 4.3.Hasil Kuesioner Variabel Eksternal (Peluang)	57
Tabel 4.4. Hasil Kuesioner Variabel Eksternal (Ancaman).....	58
Tabel 4.5. Perhitungan Nilai Kekuatan dan Kelemahan.....	61
Tabel 4.6. Peluang Lingkungan Eksternal Usaha Garam	63
Tabel 4.7. Ancaman Lingkungan Eksternal dari home industri Garam.....	65
Tabel 4.8. Kelas Interval Posisi Persaingan Strategik.....	69
Tabel 4.4. Hasil Kuesioner Variabel Eksternal (Ancaman).....	58

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kekuatan-kekuatan yang mempengaruhi Persaingan Industri	23
Gambar 2.7.2 Kerangka Pikir.....	36
Gambar 2.3 Matrik ETOP	49
Gambar 4.2 Matrik ETOP Home Industri Garam Kabupaten Demak	71
Gambar 4.3 Matrik Posisi Swot Di Home Industri Garam	73
Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penerapan Hasil Analisa SWOT	83

