

**PERANAN STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA PENINGKATAN
PENJUALAN PRODUK MINUMAN BERAS KENCUR
PADA PERUSAHAAN JAMU “RASA ECHO”
DI KECAMATAN JEBRES, KOTA SURAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Disusun Oleh :

KURNIAWAN WIDHIANTO

B 100 090 152

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2014

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**PERANAN STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA PENINGKATAN
PENJUALAN PRODUK MINUMAN BERAS KENCUR
PADA PERUSAHAAN JAMU "RASA ECHO"
DI KECAMATAN JEBRES, KOTA SURAKARTA.**

Yang ditulis oleh:

KURNIAWAN WIDHIANTO

B 100 090 152

Penandatanganan ini berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 30 Januari 2014
Pembimbing



(Kurniawan, SE, M.Si)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Tedyono, M.Si)



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 - 719483 Fax. (0271) 715448 Surakarta 57102
http://www.ekonomi.ums.ac.id E-mail : feb@ums.ac.id

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Kurniawan WidhiAnto
NIRM : 09.6.106.02016.500152
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Peranan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan
: Penjualan Produk Minuman Beras Kencur Pada
: Perusahaan Jamu "Rasa Echo" Di Kecamatan Jebres,
: Kota Surakarta
:

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 30 Januari 2014

Yang membuat pernyataan,

KURNIAWAN WIDHIANTO

MOTTO

Don't use your emotion, it's clouds your judgement.

(Vito Corleone a.k.a The Godfather, 1972)

*Menang atau kalah bukanlah hal yang penting,
kesetiaan dan rela berkorban-lah yang
menjadikanmu seorang kesatria.*

(Adipati Karna “The Sixth Pandawa”)

*Wong bodho kalah karo wong pinter, wong pinter kalah karo
wong Bejo, wong Bejo kuwi amarga donga lan nandur kabecikan.*

(Peribahasa Jawa)

*Kebenaran kita berkemungkinan salah,
kesalahan orang lain berkemungkinan benar.
Hanya kebenaran Tuhan yang
benar-benar benar.*

(K.H. A. Mustofa Bisri)

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Dengan penuh syukur atas Rahmat dan Berkah Sang Kholiq,
Skripsi ini saya persembahkan untuk :*

- ☞ Ayahanda tercinta, yang cintanya tak akan pernah bisa kubalas walau dengan harta seisi dunia,*
- ☞ Ibunda yang tercinta, karena ridho-mu adalah ridho Robb-ku*
- ☞ Kakak-ku tercinta yang selalu menjadi sahabat terbaik dalam hidupku*
- ☞ Keluarga besarku yang telah memberikan perhatian, pengertian dan dukungannya baik berupa moril maupun materil*
- ☞ Teman-teman yang selalu mendampingi dan membuat hidup-ku lebih berwarna*
- ☞ Alamamater terhormat yang akan selalu aku banggakan di sepanjang sisa waktu hidupku*

ABSTRAKSI

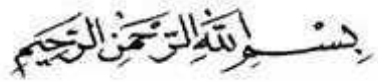
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa faktor Internal (kekuatan dan kelemahan) yang dimiliki perusahaan, serta faktor Eksternal (peluang dan ancaman) yang dapat dihadapi perusahaan, dengan menggunakan analisis SWOT (SWOT adalah sebuah singkatan dari: *Strenght* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Oppurtunity* (Kesempatan), dan *Threat* (Ancaman)) sehingga dapat direkomendasikan suatu strategi yang tepat bagi perusahaan jamu “Rasa Echo” dalam upaya peningkatan penjualan produknya. Menurut Rangkuti (2002), Analisis SWOT dilakukan dengan membandingkan antara faktor eksternal dan faktor internal. Analisis ini berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Yang merupakan Faktor Internal perusahaan, adalah Kekuatan Perusahaan, meliputi: (1) Karyawan bekerja secara profesional, (2) Tingkat kehygienisan terjaga, (3) Bahan baku alami, (4) Sertifikasi Halal dari MUI, (5) Terdaftar secara resmi di BBPOM; serta Kelemahan Perusahaan, meliputi: (1) Dikemas dalam bentuk cair, (2) Kemasan botol yang kurang menarik, (3) Batas masa kadaluwarsa 1 tahun, (4) Kurangnya tenaga marketing. Sedangkan yang merupakan faktor Eksternal adalah Peluang Perusahaan, meliputi: (1) Meningkatnya kebutuhan konsumen terhadap jamu herbal, (2) Peluang pasar/usaha masih luas; serta Ancaman bagi perusahaan, meliputi: (1) Munculnya produk minuman sejenis dalam bentuk sachet, (2) Harga bahan baku yang meningkat.

Hasil analisis faktor Internal perusahaan dengan menggunakan uji Matriks IFE, menjelaskan bahwa “Sertifikasi Halal dari MUI” adalah Kekuatan terbesar yang dimiliki perusahaan, serta “kurangnya tenaga marketing” adalah Kelemahan terbesar yang dimiliki oleh perusahaan. Hasil analisis faktor Eksternal Perusahaan dengan menggunakan uji Matriks EFE menjelaskan bahwa “meningkatnya kebutuhan konsumen akan jamu herbal” merupakan peluang terbesar bagi perusahaan, sedangkan “meningkatnya harga bahan baku” menjadi ancaman terbesar bagi perusahaan. Hasil total Matriks IFE dan Matriks EFE dikombinasi menggunakan matriks IE, diketahui bahwa strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan adalah dengan mempertahankan dan memelihara pasar/pelanggan yang telah ada sekarang ini. Hasil analisis Matriks I-E, kemudian dikembangkan dengan menggunakan analisis SWOT, dimana hasil yang diperoleh adalah kondisi perusahaan dalam Kuadran I, yaitu kekuatan yang dimiliki perusahaan lebih baik daripada kelemahan yang ada, serta perusahaan masih memiliki peluang atau kesempatan yang lebih luas daripada ancaman yang akan dihadapi. Oleh karena itu rekomendasi strategi yang dapat diterapkan kepada perusahaan jamu “Rasa Echo” adalah strategi Progresif (*Strength -Opportunity*), yaitu strategi-strategi yang memungkinkan perusahaan melakukan ekspansi pasar, serta memperbesar pertumbuhan dan produksinya, dengan cara memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang eksternal yang masih luas.

Kata kunci : Faktor Internal, Faktor Eksternal, *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threat* (Ancaman).

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur atas segala nikmat, rahmat, berkah dan fadillah Allah

SWT yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan

skripsi ini dengan judul: **"PERANAN STRATEGI PEMASARAN DALAM**

UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK MINUMAN BERAS

KENCUR PADA PREUSAHAAN JAMU "RASA ECHO" DI

KECAMATAN JEBRES, KOTA SURAKARTA".

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama penyusunan skripsi ini telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, untuk itu tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunia serta kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Bambang Setiadji, M.S., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. Triyono, M.si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Drs. Agus Muqorobin. MM, selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak Kusdiyanto, SE, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

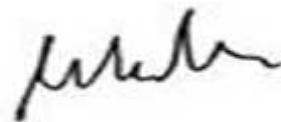
6. Ibu Dra. Wuryaningsih Dwi Lestari, MM. selaku pembimbing akademik yang selama ini selalu memberikan arahan-arahan dengan sabar dan bijak.
7. Bapak dan ibu dosen-dosen Fakultas Ekonomi & Bisnis terutama Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh studi.
8. Ibunda dan Ayah tercinta yang telah memberikan kasih sayang, cinta, pengorbanan, dukungan dan kebahagiaan yang begitu indah dalam hidupku hingga saat ini.
9. Kakakku yang selalu mendukung dan menjadi sahabat terbaik dalam hidupku.
10. Teman-teman Jurusan Manajemen '09 terima kasih atas doanya.
11. Dan semua pihak yang telah memberikan bantuan yang berguna bagi penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan makalah skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Dengan segala kerendahan hati, penulis akan menerima kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga naskah skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Surakarta, 30 Januari 2014

Penulis



KURNIAWAN WIDHIANTO

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah... ..	5
C. Tujuan Penelitian... ..	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	8
1. Strategi	8
2. Pengertian Pemasaran.....	10
3. Konsep Pemasaran	12
4. Strategi Pemasaran	14
5. Analisis SWOT sebagai perumusan Strategi Bersaing.....	16
B. Penelitian-penelitian Terdahulu	23
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Kerangka Pemikiran	28

B. Obyek Penelitian.....	28
C. Populasi,Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	29
D. Jenis dan Sumber Data.....	29
E. Metode Pengumpulan Data	29
F. Metode Analisis Data	30
1. Analisis Matriks EFE dan Matriks IFE.....	30
2. Matriks I-E (InternalEksternal)	34
3. Analisis SWOT.....	35
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan	37
1. Sejarah Berdirinya	37
2. Struktur Organisasi Perusahaan	38
3. Visi dan Misi Perusahaan	40
B. Analisis Data	41
1. Matriks IFE/EFE	41
2. Matriks I-E	46
3. Analisis SWOT	48
C. Pembahasan	51
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	53
B. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Penjualan Produk Minuman Beras Kencur.... .	4
Tabel 3.1	Matriks IFE/EFE	33
Tabel 4.1	Perkembangan Penjualan Produk Minuman Beras Kencur	38
Tabel 4.2	Matriks IFE	42
Tabel 4.3	Matriks EFE	45
Tabel 4.4	Perhitungan Analisis SWOT	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Elemen-Elemen Strategi Pemasaran.....	15
Gambar 2.2	Dimensi Lingkungan pada Strategi Pemasaran	16
Gambar 2.3	Diagram Analisis SWOT	23
Gambar 3.1	Kerangka Konseptual Penelitian	28
Gambar 3.2	Matriks I-E	34
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Perusahaan	39
Gambar 4.2	Matriks I-E	47
Gambar 4.3	Diagram Analisis SWOT	50

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Tabulasi Nilai Peringkat Hasil Kuesioner
- Lampiran 3 Data Tabulasi Nilai Bobot Hasil Kuesioner
- Lampiran 4 Data Responden Matriks IFE/EFE
- Lampiran 5 Data Responden Matriks IFE/EFE
- Lampiran 6 Data Responden Matriks IFE/EFE
- Lampiran 7 Data Responden Matriks IFE/EFE
- Lampiran 8 Data Responden Matriks IFE/EFE
- Lampiran 9 Data Responden Matriks IFE/EFE
- Lampiran 10 Data Responden Matriks IFE/EFE
- Lampiran 11 Data Responden Matriks IFE/EFE
- Lampiran 12 Data Responden Matriks IFE/EFE
- Lampiran 13 Data Responden Matriks IFE/EFE