

# **TUGAS AKHIR**

## **PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN *HANDYCRAFT* DENGAN ANALISIS SWOT (Studi Kasus UD. Wapres, Pekalongan)**



Diajukan Untuk Melengkapi dan Memenuhi Syarat Untuk  
Mencapai Gelar Sarjana Teknik Industri Fakultas Teknik  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

**Disusun Oleh:**

**BUDI PRASETYO**  
**D 600 040 067**

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2009**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

UD. Wapres merupakan salah satu industri atau pengrajin *handycraft* yang berasal dari barang-barang sisa lingkungan yang ada di Pekalongan. Jawa Tengah. UD. Wapres memproduksi barang-barang yang terbuat dari batok kelapa dan enceng gondok. Suatu perusahaan seperti UD. Wapres pada dasarnya mempunyai kemampuan yang sangat terbatas dalam memasarkan hasil produksinya, sehingga tidaklah bijaksana apabila perusahaan dalam menghasilkan barang atau melebihi kemampuan menjualnya.

Sejauh manakah nantinya penjualan akan dapat dilakukan perusahaan dengan berbagai kondisi dan fasilitas yang ada, maka perlu adanya suatu perencanaan strategi pemasaran untuk bersaing dari perusahaan yang bersangkutan.

Masa yang akan datang adalah suatu masa yang penuh dengan perubahan-perubahan keadaan perekonomian, hukum, sosial, peraturan-peraturan pemerintah dan lain-lain. Perubahan tersebut secara langsung maupun tidak langsung akan memenuhi jalannya usaha pada perubahan yang persaingan, sehingga dalam menentukan kebijaksanaan dan strategi harus berdasarkan kepada kondisi yang dimiliki dan berorientasi pada kelangsungan hidup perusahaan.

Dengan adanya masalah-masalah yang dihadapi perusahaan, seperti sempitnya kesempatan pasar yang dapat dijangkau perusahaan dalam memasarkan hasil produksinya karena tingkat persaingan yang semakin ketat di masa yang akan datang serta adanya penurunan jumlah total penjualan maka perusahaan dituntut mengambil langkah-langkah dan kebijaksanaan untuk mengatasi masalah tersebut

## **1.2 Perumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahannya yaitu :

- a. Adakah pengaruh yang signifikan antara strategi permasalahan terhadap peningkatan volume penjualan
- b. Berapa besar *market share* yang telah teraih dan kemampuan perusahaan dalam bersaing.
- c. Bagaimana alternatif strategi pemasaran yang tepat dengan pendekatan analisis SWOT

## **1.3 Batasan Masalah**

Agar permasalahan mudah dipahami, terarah dan tidak meluas maka perlu adanya batasan-batasan masalah sebagai berikut :

1. Bagian yang diteliti dalam perusahaan adalah bagian pemasaran.
2. Dalam menentukan strategi pemasaran yang akan digunakan berorientasi pada strategi berwawasan pasar-produk.

3. Perusahaan yang diteliti adalah UD. Wapres
4. Sebagai kompetitor diambil tiga perusahaan yaitu, UD. Riziq , UD Feno, dan UD. Zikin.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui strategi pemasaran yang sebaiknya digunakan.
2. Mengetahui seberapa besar nantinya perusahaan akan mampu merealisasikan penjualan hasil produksinya.
3. Mengetahui keberadaan/posisi perusahaan dalam industri yang ada.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adanya manfaat yang di dapat dari penelitian ini adalah :

1. Memberikan sumbangan saran dan pendapat pada perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran.
2. Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil suatu kebijaksanaan perusahaan.
3. Merupakan kesempatan bagi penulis dalam menerapkan teori yang diperoleh dibangku kuliah dalam keadaan yang sebenarnya.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas, maka digunakan sistematika penulisan laporan sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan pengantar permasalahan yang dibahas seperti latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Merupakan penjelasan secara terperinci mengenai teori-teori yang relevan yang mendukung penelitian yang dilakukan.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Berisi tentang obyek penelitian, teknik pengumpulan data, teknis analisis serta tahapan penelitian.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Menjelaskan tentang hasil penelitian dan analisis data dari data-data yang diperoleh selama penelitian.

### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisi kesimpulan yang diperoleh dari analisis pemecahan masalah maupun hasil pengolahan data serta saran-saran perbaikan bagi kemajuan perusahaan.