

ABSTRAK

Judul Penelitian: **Perumusan Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode SWOT dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Keripik pada PT. Nadasuka Gunung Budheg Tulungagung.**

Dosen Pembimbing : Dr. Ujang S. M., SS., SE., MSi., MM
Kukuh Harianto, SE., M.M

Nama Mahasiswa : Amara Vegi Yusten
NPM : 20.13021.0300

Abstraksi

PT. Nadasuka Gunung Budheg Tulungagung adalah perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan berbagai jenis keripik, terutama produk olahan hasil pertanian dan perkebunan. Meningkatnya persaingan telah menyebabkan pendapatan PT. Nadasuka Gunung Budheg Tulungagung menjadi tidak stabil. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif di mana pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Analisis yang digunakan adalah analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*) untuk merumuskan strategi berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat berbagai faktor internal dan eksternal yang menghambat operasional bisnis. Nilai total skor dari perhitungan matriks IFAS dan EFAS adalah kekuatan (4), kelemahan (1,62), peluang (3,81), dan ancaman (1,62). Hasil dari matriks IFAS dan EFAS menunjukkan bahwa PT. Nadasuka Gunung Budheg Tulungagung berada di Kuadran I dan memiliki selisih bobot

positif sebesar (2,38 ; 2,19). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa bisnis ini perlu menerapkan strategi SO agar tujuan perusahaan dapat tercapai dengan cepat dan tepat.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Matriks IFAS dan EFAS

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Tinjauan dan Kajian Pustaka.....	17
2.2.1 Manajemen Pemasaran	17
2.2.2 Strategi Pemasaran	24

2.2.3	Analisis SWOT	39
2.2.4	Penjualan.....	49
2.2.5	Produk	50
2.3	Kerangka Pemikiran.....	51
BAB III METODE PENELITIAN		53
3.1	Rancangan Penelitian	53
3.2	Kehadiran Penelitian.....	54
3.3	Lokasi Penelitian.....	55
3.4	Sumber Data	56
3.5	Teknik Pengumpulan Data	58
3.6	Teknik Analisa Data	63
3.7	Pengecekan Validitas	74
3.8	Tahap-Tahap Penelitian.....	76
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		78
4.1	Profil Perusahaan.....	78
4.1.1	Sejarah Berdirinya PT. Nadasuka Gunung Budheg Tulungagung.....	78
4.1.2	Struktur Organisasi PT. Nadasuka Gunung Budheg Tulungagung	80
4.1.3	Deskripsi Pekerjaan (Job Desk) Masing-Masing Divisi	80
4.2	Hasil Penelitian	81
4.2.1	Analisis Lingkungan Internal.....	81
4.2.2	Analisis Lingkungan Eksternal	87

4.2.3	Matriks Faktor Strategi Internal.....	93
4.2.4	Matriks Faktor Strategi Eksternal	95
4.2.5	Diagram Analisis SWOT	97
4.3	Pembahasan.....	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		109
5.1	Kesimpulan.....	109
5.2	Saran.....	110
5.2.1	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	110
5.2.2	Bagi Perusahaan	110
DAFTAR PUSTAKA		112
LAMPIRAN.....		116