

**PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN
PENDEKATAN BAURAN PEMASARAN DAN ANALISIS SWOT
PADA MELATI GRAFIKA**

SKRIPSI



disusun oleh

Nadya Qurrotul Aini

18.92.0101

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

**PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN
PENDEKATAN BAURAN PEMASARAN DAN ANALISIS SWOT
PADA MELATI GRAFIKA**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Kewirausahaan



disusun oleh

Nadya Qurrotul Aini

18.92.0101

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2022

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN
PENDEKATAN BAURAN PEMASARAN DAN ANALISIS SWOT PADA
MELATI GRAFIKA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nadya Qurrotul Aini

18.92.0101

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal 21 Februari 2022

Dosen Pembimbing

Rahma Widyawati, S.E., M.M

NIK. 190302013

PENGESAHAN

SKRIPSI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nadya Qurrotul Aini

18.92.0101

telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
pada tanggal 21 Februari 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Rahma Widyawati, S.E.,M.M

NIK. 190302013

Reza Widhar Pahlevi, S.E.,M.M

NIK. 190302587

Tanti Prita Hapsari, S.E.,M.SI

NIK. 190302303

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis

Tanggal 21 Februari 2022

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom.

NIK. 190302125

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 19 Februari 2022



Nadya Qurrotul Aini

18.92.0101

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

- Saat aku melibatkan Allah dalam semua impianku, aku percaya tak ada yang tidak mungkin untuk diraih
- Sungguh bersama kesukaran dan keringanan, karena itu bila kau telah selesai (mengerjakan yang lain). Dan kepada Tuhan (Allah) berharaplah. (Q.S Al-Insyirah : 6-8)
- *Never stop learning, because life never stop teaching*

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

- Allah SWT atas semua rahmat yang telah diberikan selama ini terutama ilmu yang bermanfaat serta kesehatan untuk dapat menyelesaikan pendidikan di jenjang S-1 ini
- Ibu Nurul Ariyanti dan Bapak Muhammad Asyik S.Ag selaku orangtua yang telah membesarkan saya, mendidik, hingga memberikan dukungan berupa sarana dan prasarana sampai saat ini
- Kakak, Adik, serta Teman-teman yang telah memberikan semangat dan motivasi hingga skripsi ini dapat selesai dan disusun dengan baik

KATA PENGANTAR

Puji Syukur, Alhamdulillah saya panjatkan kepada Allah SWT karena atas segala rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta.

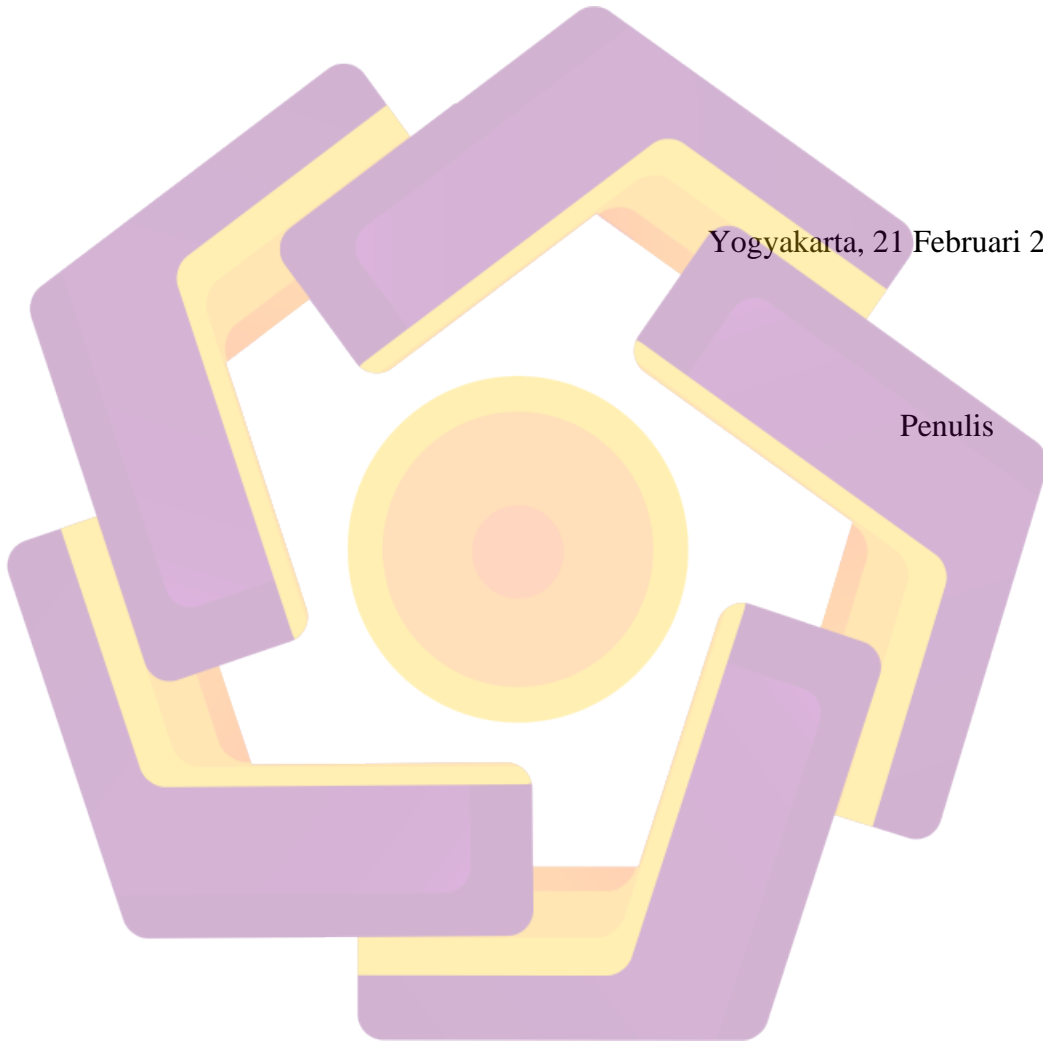
Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta)
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Suyatmi, S.E.,M.M (Kaprosdi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Rahma Widyawati, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing saya dari awal hingga akhir proses penyusunan skripsi
5. Melati Grafika selaku perusahaan yang telah bersedia untuk dijadikan sebagai objek penelitian
6. Kedua orang tua saya, Nurul Ariyanti dan Muhammad Asyik, S.Ag yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada saya

7. Teman- teman saya, Rahma Hidayah S dan Talissa Rasendriya yang sudah bersedia menjadi pendengar dan support system yang baik.
8. Diri saya sendiri yang sudah mau berjuang hingga sejauh ini sehingga dapat menyelesaikan pendidikan dan meraih gelar Sarjana Bisnis

Yogyakarta, 21 Februari 2022

Penulis



DAFTAR ISI

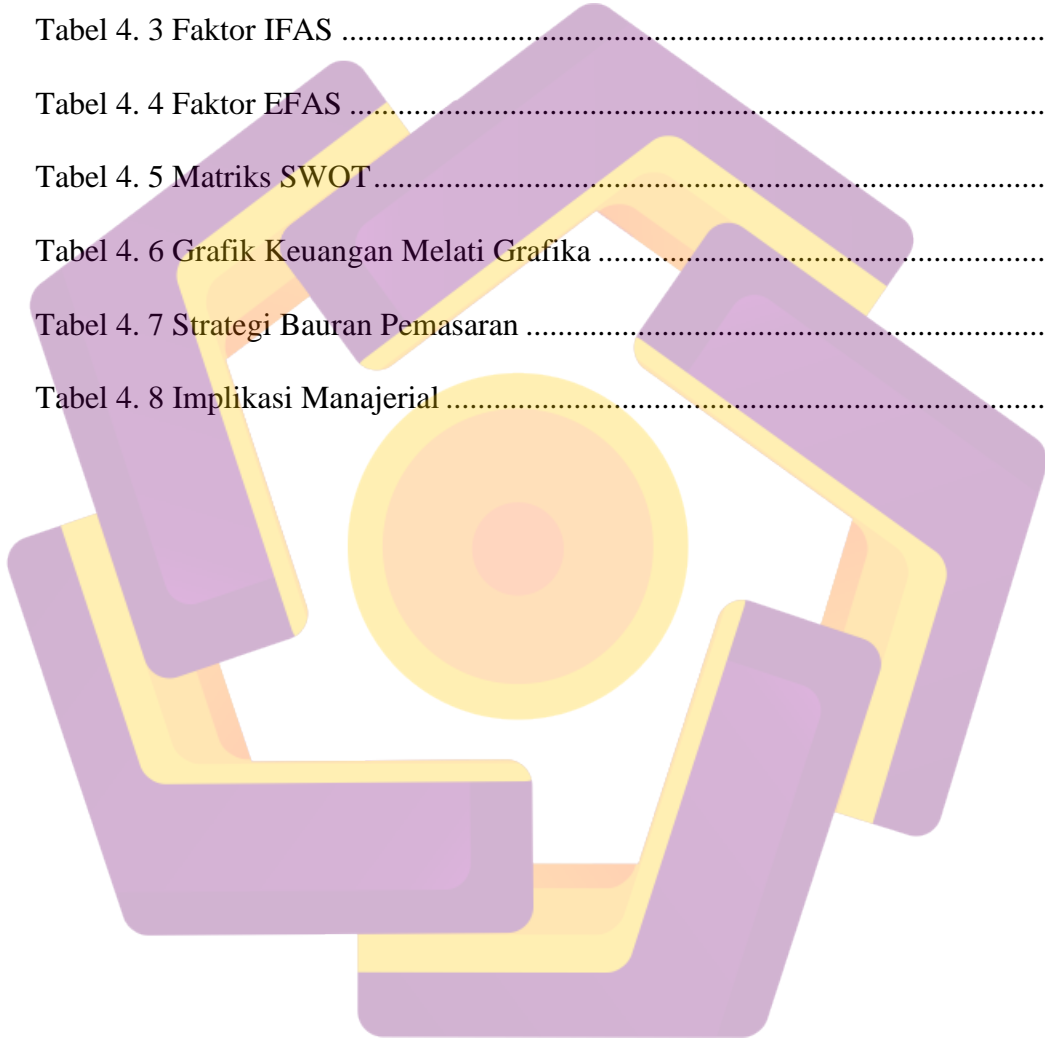
PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika BAB	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Strategi Pemasaran	9
2.1.2 Bauran Pemasaran	10
2.1.3 Penjualan	15
2.1.4 Analisis SWOT	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1 Jenis Penelitian	21
3.2 Objek Penelitian	22
3.3 Jenis Data	22
3.4 Populasi dan Sampel	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data	25
3.6 Teknik Analisis Data	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Gambaran Umum Usaha	29
4.2 Hasil Wawancara dengan Pemilik Melati Grafika	30
4.1 Analisis SWOT.....	32
4.2 Analisis SWOT sebagai Strategi Bauran Pemasaran Melati Grafika.....	36

4.3.1	Analisis Matriks IFAS (<i>Internal Factors Analysis System</i>).....	36
4.3.2	Analisis Matriks EFAS (Exttternal Factors Analysis System)	38
4.3	Pengambilan Keputusan Alternatif Strategi pada Analisis SWOT	39
BAB V PENUTUP.....		51
5.1	Kesimpulan.....	51
5.1.1	Hasil dari Analisis SWOT.....	51
5.1.2	Hasil dari Bauran Pemasaran	51
5.2	Saran.....	52
5.2.1	Saran untuk Perusahaan	52
5.2.2	Saran untuk Penelitian Selanjutnya	53
DAFTAR PUSTAKA		54
LAMPIRAN.....		57
BIODATA PENULIS SKRIPSI		62
NASKAH JURNAL ILMIAH		Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

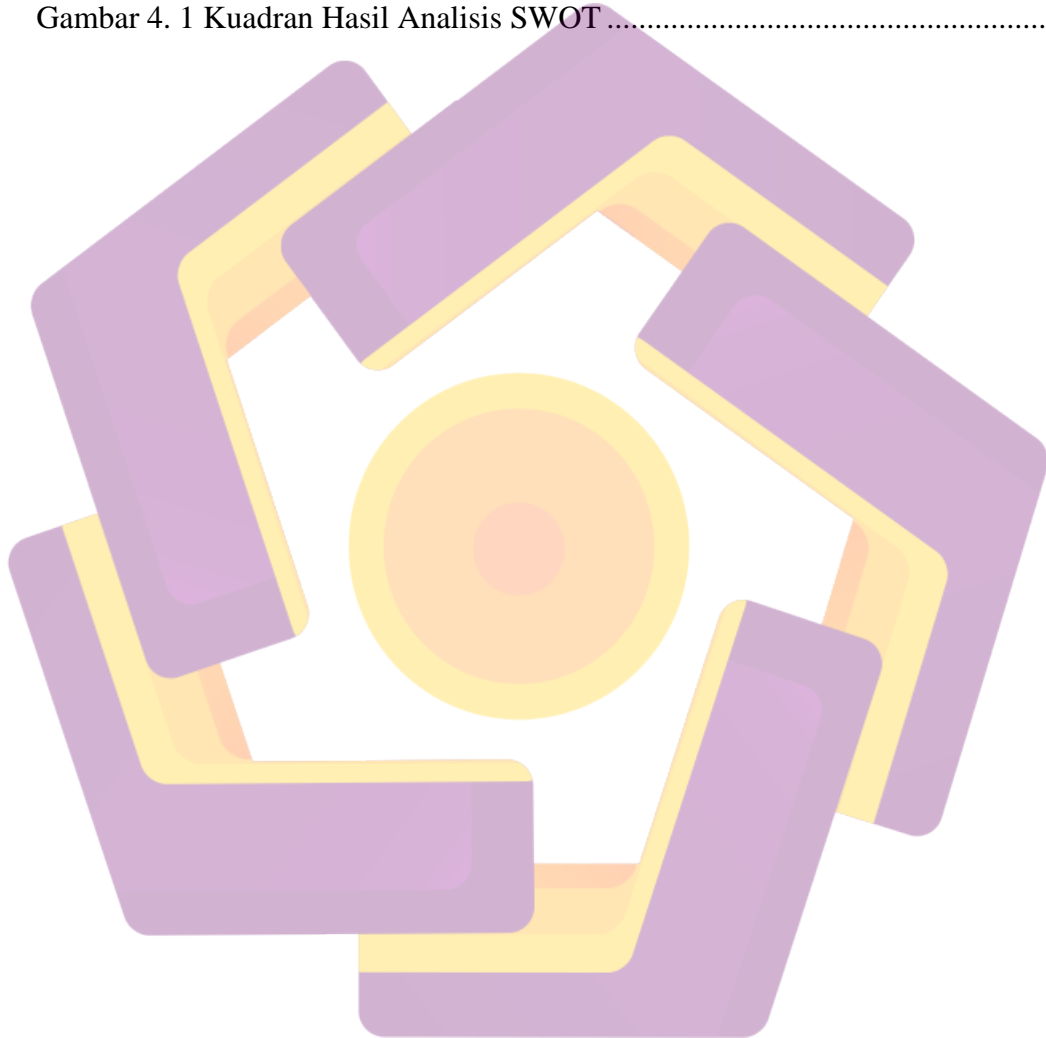
Tabel 4. 1 Daftar Pertanyaan Kuesioner	35
Tabel 4. 2 Hasil Analisis SWOT.....	36
Tabel 4. 3 Faktor IFAS	37
Tabel 4. 4 Faktor EFAS	38
Tabel 4. 5 Matriks SWOT.....	42
Tabel 4. 6 Grafik Keuangan Melati Grafika	44
Tabel 4. 7 Strategi Bauran Pemasaran	45
Tabel 4. 8 Implikasi Manajerial	47



DAFTAR GAMBAR

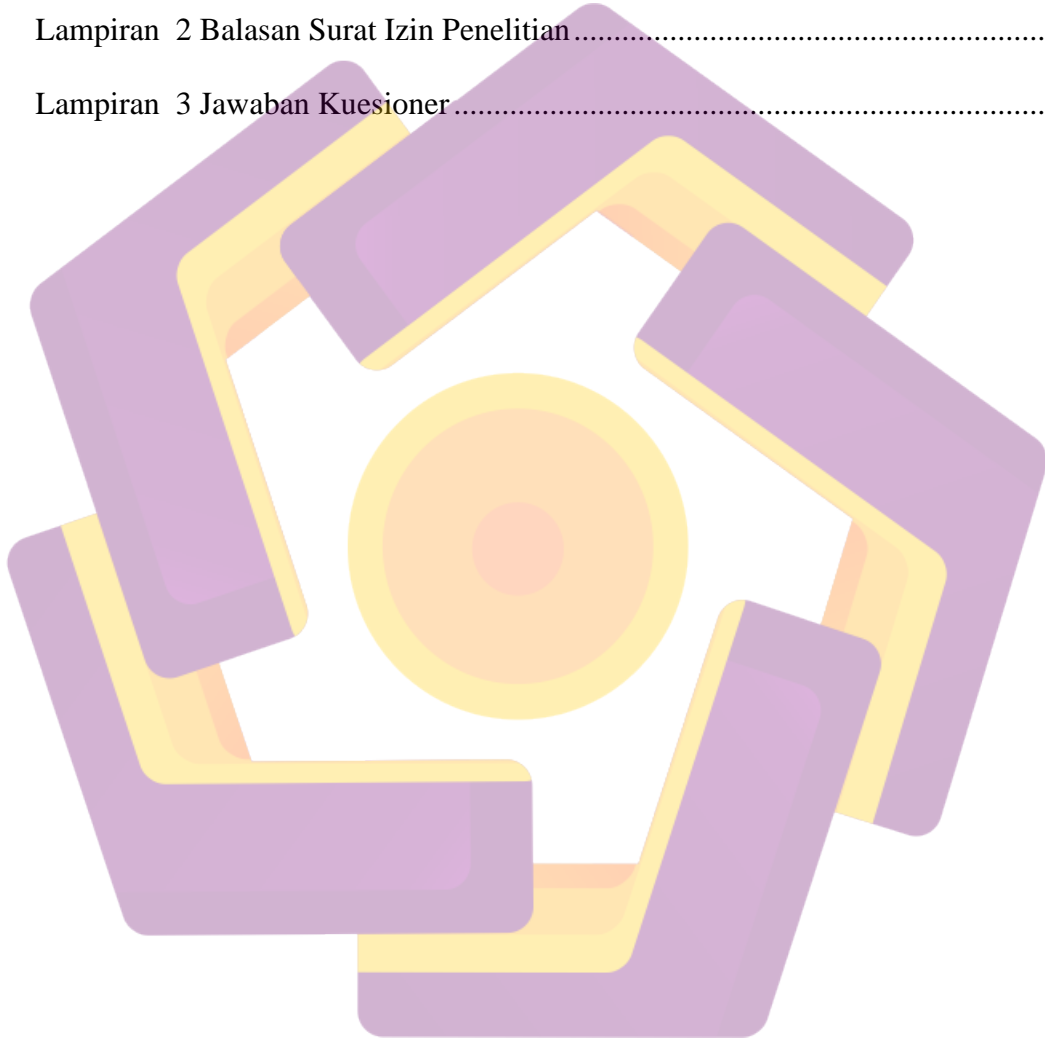
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran..... 20

Gambar 4. 1 Kuadran Hasil Analisis SWOT 40



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	57
Lampiran 2 Balasan Surat Izin Penelitian.....	58
Lampiran 3 Jawaban Kuesioner.....	61



INTISARI

Pemasaran adalah sebuah kegiatan yang dilakukan untuk dapat menjual produk kepada konsumen guna mendapatkan keuntungan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Adanya pandemi covid-19 memberikan dampak yang luar biasa bagi seluruh lapisan kehidupan, termasuk pada bidang ekonomi. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan perubahan strategi untuk dapat bertahan di masa pandemi. Sehingga penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dapat diterapkan untuk meningkatkan penjualan di masa pandemi covid-19 pada Melati Grafika.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penulis melakukan analisis dan memberikan penjelasan terhadap keseluruhan data. Data pada penelitian ini didapatkan dari data primer. Data primer didapatkan dari wawancara langsung dengan pemilik Melati Grafika serta penyebaran kuesioner terhadap konsumen Melati Grafika.

Berdasarkan hasil wawancara serta analisis sampel penelitian sebanyak 67 responden yang diolah menggunakan analisis SWOT, didapatkan besarnya faktor IFAS (X) adalah 47,5 dan faktor EFAS (Y) sebesar 10. Kuadran yang terbentuk adalah (47,5;10) yang terletak pada kuadran pertama yaitu strategi agresif. Hal tersebut menunjukkan bahwa Melati Grafika terletak pada posisi yang menguntungkan karena faktor kekuatan serta peluang yang dominan karena bernilai positif. Strategi agresif tersebut kemudian dibuat menggunakan bauran pemasaran 4P yang berfokus pada kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh Melati Grafika. Produk di Melati Grafika akan dibuat lebih bervariasi dengan packaging khusus. Harga yang diterapkan pada Melati Grafika bervariasi sesuai spesifikasi produk dan tersedia harga khusus untuk reseller. Tempat (*Place*) Melati Grafika bisa dijangkau dengan mudah secara offline maupun online. Promosi dilakukan oleh Melati Grafika secara offline dengan melakukan direct selling dan memberikan surat penawaran serta online

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, SWOT

ABSTRACT

Marketing is an activity carried out to be able to sell products to consumers in order to gain profits and maintain the viability of the company. The COVID-19 pandemic has had a tremendous impact on all walks of life, including the economy. Therefore, companies need to change their strategy to survive during the pandemic. So this research was conducted to find out the marketing strategies that can be applied to increase sales during the covid-19 pandemic at Melati Grafika.

This study used descriptive qualitative method. The author conducts an analysis and provides an explanation of the entire data. The data in this study were obtained from primary data. Primary data were obtained from direct interviews with the owners of Melati Grafika and distributing questionnaires to consumers of Melati Grafika.

Based on the results of interviews and analysis of the research sample as many as 67 respondents who were processed using SWOT analysis, the magnitude of the IFAS factor (X) was 47.5 and the EFAS factor (Y) was 10. The quadrant formed was (47.5; 10) which is located at The first quadrant is aggressive strategy. This shows that Melati Grafika is in a favorable position because of the dominant strength and opportunity factor because it has a positive value. The aggressive strategy was then created using a 4P marketing mix that focused on the strengths and opportunities possessed by Melati Grafika. Products at Melati Grafika will be more varied and using special packaging. The price applied to Melati Grafika varies according to product specifications and special prices are available for resellers. The place (Place) of Melati Grafika can be reached easily both offline and online. Promotions are carried out by Melati Grafika offline by doing direct selling and providing offer letters and by online

Keywords: *Strategy, Marketing Mix, SWOT*