

STRATEGI PEMASARAN HOME INDUSTRI TAS
**(Studi Kasus Pada Home Industri Tas “Kiky Collection” di Jalan Jaksa
Agung Suprpto Gresik)**

SKRIPSI



Oleh:

RIZKYA MEYLINDA
NPM. 1442010078

KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2018

STRATEGI PEMASARAN HOME INDUSTRI TAS (Studi Kasus Pada Home Industri Tas “Kiky Collection” di Gresik)

Disusun Oleh :

RIZKYA MEYLINDA
1442010078

Telah disetujui untuk mengikuti ujian Skripsi

Menyetujui

Dosen Pembimbing



Susi Hariyawati, S.Sos, M.Si
NIP. 196402151991032001

Mengetahui,



Dr. Lukman Arif, M.Si
NIP. 196411021994031001

**STRATEGI PEMASARAN HOME INDUSTRI TAS (Studi Kasus Pada Home Industri Tas
"Kiky Collection" di Jalan Jaksa Agung Suprpto Gresik**

Oleh :

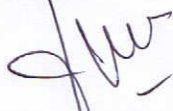
RIZKYA MEYLINDA

1442010078

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan Ilmu
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan
Nasioanal "Veteran" Jawa Timur

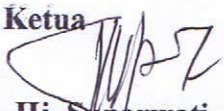
Pada tanggal 18 Mei 2018

Pembimbing Utama

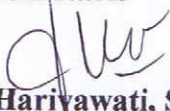

Susi Hariyawati, S.Sos, M.Si
NIP. 196402151991032001

TIM PENGUJI


1) Ketua


Dra. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195507181983022001


2) Sekretaris


Susi Hariyawati, S.Sos, M.Si
NIP. 196402151991032001

3) Anggota


Dr. Jojok Dwiridhe T. S.Sos, M.Si
NIP. 370119500421

Mengetahui
Dekan


Dr. Lukman Arif, M.Si
NIP. 196411021994031001

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena dengan segala rahmat, hidayah serta karunia-Nya kepada penulis sehingga Skripsi dengan judul **Strategi Pemasaran Home Industri Tas (Studi Kasus pada Home Industri Tas “Kiky Collection” di Gresik).**

Penulis mengucapkan terimakasih kepada ibu Susi Hariyawati, S.Sos, M.Si. selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat, serta motivasi kepada penulis. Dan penulis juga menerima banyak bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa moril, materil, maupun spiritual. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Lukman Arif, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Sonja Andarini, M.Si selaku koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang diberikan kepada penulis.
4. Orang tua dan keluarga yang tiada henti memberikan doa, semangat, dukungan dan motivasi kepada penulis mulai dari awal kuliah hingga penyelesaian proposal ini.

5. Sahabat dan teman-teman yang selalu membantu penulis selama masa kuliah sampai penulisan proposal.
6. Bapak Djunaidi dan ibu Marjumah selaku pemilik home industri tas Kiky Collection.

Surabaya, April 2018

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Persetujuan	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar	x
Abstraksi	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Strategi.....	11

2.2.1.1 Definisi Strategi	11
2.2.2 Manajemen Strategi	12
2.2.3 Strategi di Bidang Pemasaran	14
2.2.4 Pengertian Pemasaran	16
2.2.5 Konsep Pemasaran	17
2.2.6 Analisis SWOT	19
2.2.7 Penjualan	20
2.2.7.1 Proses Penjualan	21
2.2.7.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Proses Penjualan	23
2.2.8 Profit	25
2.3 Kerangka Berfikir	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	28
3.2 Batasan Masalah Penelitian	29
3.3 Lokasi Penelitian	30
3.4 Unit Analisa Penelitian	30
3.5 Subyek dan Informasi Penelitian	32

3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.7 Teknik Analisa Data.....	36
3.8 Analisis Swot	36
3.9 Penguji Keabsahan Data	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan	45
4.1.2 Label Perusahaan	46
4.1.3 Struktur Organisasi Bisnis	47
4.2 Hasil dan pembahasan	50
4.2.1 Hasil Pengajian Data.....	50
4.2.2 Analisis SWOT	54
4.2.2.1 Tahap Pengumpulan Data	54
4.2.3 analisis SWOT	63
4.2.4 tahap analisis faktor internal dan eksternal IFAS dan EFAS ..	65
4.2.5 Tahap analisis SWOT	69
4.2.6 Pembahasan.....	73

4.2.6.1 Strategi Pemasaran	73
4.2.7 formulasi Strategi	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pesanan Tas Kiky Collection pada Tahun 2017-2018	5
Tabel 3.8.1 EFAS	39
Tabel 3.8.2 IFAS	41
Tabel 4.1 Daftar Harga di Home Industri Tas Kiky Collection	58
Tabel 4.2 Home Industri Tas yang Berada di Gresik	61
Tabel 4.3 IFAS	65
Tabel 4.4 EFAS	67
Tabel 4.5 tabel rumusan strategi matrik SWOT	70
Tabel 4.6 Perencanaan Kombinasi Strategi SWOT	70
Tabel 4.7 Tabel Matrik SWOT	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Kerangka Berfikir.....	26
Gambar 3.8 Analisis SWOT	37
Gambar 3.8.1 Matrik SWOT.....	42
Gambar 4.1 Logo Home Industri Pigeon Collection	46
Gambar 4.2 Logo Home Industri Kiky Collection	47
Gambar 4.3 Struktur Organisasi.....	48
Gambar 4.4 Gambar Produk Tas Home Industri Kiky Collection.....	56
Gambar 4.5 Diagram Hasil Analisis SWOT.....	69

STRATEGI PEMASARAN HOME INDUSTRI TAS (Studi Kasus Pada Home Industri Tas “Kiky Collection” di Jalan Jaksa Agung Suprpto Gresik)

Oleh

RIZKYA MEYLINDA

Prodi Ilmu Administrasi Bisnis

ABSTRAKSI

Perkembangan perekonomian saat ini yang semakin pesat dan membuat banyaknya home industri banyak berdiri membuat persaingan dalam home industri tas menjadi sangat tajam dan ketat. Salah satunya adalah dibuatnya produk-produk yang unik dan menarik mengikuti perkembangan zaman ditambah dengan aplikasi-aplikasi yang tidak biasa agar tercapainya kepuasan masyarakat luas sebagai konsumen dalam menggunakan produk kerajinan tas yang sangat penting untuk kehidupan.

Home industri tas Kiky Collection merupakan home industri yang bergerak dalam bidang kerajinan tas. Kegiatan penelitian ini dilaksanakan di Kiky Collection yang berlokasi di Jalan Jaksa Agung Suprpto gang 8h No. 22, RT 003, RW 004, Kelurahan Sidokumpul, Kecamatan Gresik, Gresik. Peneliti memilih lokasi penelitian di Kiky Collection karena home industri ini bergerak dibidang kerajinan tas dimana tas digunakan oleh setiap kalangan masyarakat dari yang muda hingga yang tua , untuk perempuan dan laki-laki, dan dalam kegiatan apapun tas selalu digunakan karna fungsinya juga yang fungsional.

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah informasi yang berupa narasi-narasi kualitatif yang dihasilkan dalam wawancara mendalam (*in depth interview*) dan kuisioner yang berkaitan dengan strategi pemasaran dari Kiky Collection di Indonesia untuk bersaing dengan menggunakan analisis strategi pemasaran yang kemudian akan diambil sebuah kesimpulan SWOT. Strategi yang dapat diterapkan adalah mempertahankan harga produk yang dijual agar tetap dapat bersaing, mempertahankan kerja sama dengan para konsumen dan berharga murah, memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen dan memberikan kualitas produk yang baik untuk meningkatkan penjualan meningkatkan kegiatan promosi yang semakin luas agar merk produk dapat lebih dikenal konsumen.

Kata Kunci : Analisis SWOT, Strategi di Bidang Pemasaran dan Home industri

BAGS HOME INDUSTRY MARKETING STRATEGY (case study on the bag Home Industry "Kiky Collection" in the way of Jaksa Agung Suprpto Gresik)

Oleh

RIZKYA MEYLINDA

Science Business Administration

ABSTRAC

The development of the current economy that intensified and made many home industry making competition in the bag home industry become very sharp and tight. One of them is made products unique and exciting to follow the times coupled with the applications which are not usual in order to achieve the satisfaction of the public as consumers in using a very bag craft products It is important to life.

Kiky Collection bags home industry is moving home industry in the field of crafts. Research activities carried out at the Collection located in Kiky the way Attorney General Suprpto gang 8 h No. 22, RT 003 004, RW, Kelurahan Sidokumpul, Gresik, Gresik. The researchers chose the location of the research in the Collection because home Kiky the industry engaged in a craft bag where the bag used by any people from the young to the old, for women and men, and in any activity bag always used because its function is also functional.

Technique of data analysis in this study is the information in the form of qualitative narratives produced deep in the interview (in depth interview) and a detailed questionnaire relating to the marketing strategies of Kiky Collection in Indonesia for compete with the use of the analysis of the marketing strategies that will then be taken to a conclusion the SWOT. Strategies that can be applied is to maintain the price of products sold can still compete, maintaining cooperation with the supplier of cheap and valuable, providing a quality service to our customers and provide quality products good for boosting sales increase promotional activities that are increasingly widely so that the brand of the product may be better known to consumers.

Key words: SWOT analysis, strategy in the field of marketing and Home industry