

**STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN ANALISIS
SWOT PADA BUKUKURNAS.ID SIDOARJO**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

DIAH NUR FAUZIA

NPM. 17042010062

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

SURABAYA

2021

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN ANALISIS
SWOT PADA BUKUKURNAS.ID SIDOARJO**

Disusun Oleh

DIAH NUR FAUZIA

17042010062

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dra. Sonja Andarini, M.Si

NIP. 196503261993092001

Mengetahui,

DEKAN



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS., CHRA

NIP. 195907011987031001

LEMBAR PENGESAHAN
STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN ANALISIS
SWOT PADA BUKUKURNAS.ID SIDOARJO

Disusun Oleh

DIAH NUR FAUZIA

17042010062

Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Pada Tanggal 30
April 2021

Menyetujui,

Pembimbing

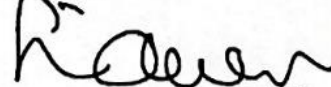


Dra. Sonja Andarini, M.Si

NIP. 196503261993092001

Tim Penguji:

1. Ketua



Dra. Lia Nirawati, M.Si

NIP. 196009241993032001

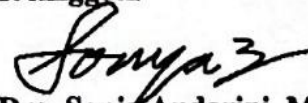
2. Sekretaris



Nurul Azizah, S.AB, M.AB

NPK. 17219910501002

3. Anggota



Dra. Sonja Andarini, M.Si

NIP. 196503261993092001

Mengetahui,

DEKAN


Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA

NIP. 195907011987031001

ABSTRAKSI

DIAH NUR FAUZIA, 17042010062, Strategi Pemasaran Menggunakan Pendekatan Analisis SWOT Pada BukuKurnas.id Sidoarjo.

Penelitian ini didasarkan pada berkembangnya toko buku di Indonesia, khususnya di kabupaten Sidoarjo. Peneliti menggunakan BukuKurnas.id yang merupakan salah satu toko buku yang ada di Sidoarjo sebagai objek penelitian. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh BukuKurnas.id dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik pengambilan data wawancara mendalam (*in depth interview*) pada pemilik, karyawan, dan konsumen yang berkaitan dengan strategi pemasaran berdasarkan indikator bauran pemasaran 4P (*product, price, place, promotion*), observasi partisipatif, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian menggunakan analisis SWOT dapat disimpulkan bahwa BukuKurnas.id Sidoarjo berada pada posisi kuadran I. Posisi ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan dimana BukuKurnas.id dapat menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Bauran Pemasaran

ABSTRACTION

Diah Nur Fauzia, 17042010062, Marketing Strategies Using SWOT Analysis

Approach at the BukuKurnas.id Sidoarjo.

This research is based on the development of bookstores in Indonesia, especially in Sidoarjo regency. Researchers used BukuKurnas.id which is one of the bookstores in Sidoarjo as the object of research. The purpose of this study was to identify and analyze the marketing strategies adopted by BukuKurnas.id using the SWOT analysis approach. Qualitative descriptive using in-depth interview data collection techniques (in-depth interviews) on owners, employees, and consumers related to marketing strategies based on the 4P marketing mix indicators (product, price, place, promotion), participatory observation, and documentation are the methods used. in this research. From the results of research using SWOT analysis, it can be concluded that BukuKurnas.id Sidoarjo is in quadrant position I. This position is a very profitable situation where BukuKurnas.id can use its strength to take advantage of existing opportunities. The strategy that must be applied in this condition is to support an aggressive growth policy (Growth Oriented Strategy).

Keyword: Marketing Strategy, SWOT Analysis, Marketing Mix

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah melimpahkan rahmat, taufiq, serta hidayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN ANALISIS SWOT PADA BUKUKURNAS.ID SIDOARJO”** ini dengan baik meskipun banyak kekurangan. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat kelulusan program Sarjana di Jurusan Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Peneliti menyadari sepenuhnya tidak terlepas dari campur tangan pihak-pihak lain.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar dan berwujud baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih khususnya kepada Ibu Dra. Sonja Andarini, M.Si selaku dosen pembimbing penyusunan skripsi ini, yang telah bersedia dengan sabar memberikan masukan dan bimbingannya, kemudian diantaranya:

1. Yth. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut S., MS, CHRA selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Yth. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Yth. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada peneliti.
4. Kedua orang tua, kakak, dan adik serta keluarga yang senantiasa mendoakan dan memberi motivasi serta semangat yang tiada terhingga juga dukungan baik secara moril maupun materiil kepada peneliti mulai dari awal kuliah hingga penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Lia Lutfiyani selaku pemilik BukuKurnas.ID, Bapak Bayu Supendra dan Mar’atus Sholihah yang telah banyak membantu selama penyusunan skripsi ini.
6. Sahabat tercinta (Agus Diana Faridiningrum, Amita Aprilia Sari, dan Dhanita Wardah Tristyningsih) yang saling memberikan dukungan, motivasi, dan semangat dari awal kuliah hingga menyelesaikan tugas akhir.
7. Achmad Hambali yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan perhatian serta telah memberikan inspirasi dan cara berpikir yang lebih luas.
8. Teman-teman Administrasi Bisnis 2017 yang telah berjuang bersama-sama agar dapat menyelesaikan kuliah tepat waktu.
9. Teman-teman Inkubator Bisnis periode 2018-2020 yang memberikan banyak pengalaman selama kuliah serta memberikan dukungan peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi teknis maupun segi penyusunannya. Untuk itu, peneliti senantiasa bersedia dan terbuka dalam menerima saran dan kritik yang bersifat membangun.

Besar harapan peneliti agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih dan semoga Allah SWT senantiasa memberikan petunjuk bagi kita semua.

Surabaya, Maret 2021

Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAKSI.....	iii
ABSTRACTION	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Secara Teoritis.....	12
1.4.2 Secara Praktis.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Strategi	18
2.2.1.1 Pengertian Strategi.....	18
2.2.1.2 Manajemen Strategi	18
2.2.1.3 Fungsi Strategi	20
2.2.1.4 Proses Manajemen Strategi.....	22
2.2.2 Pemasaran	22
2.2.2.1 Pengertian Pemasaran	22
2.2.2.2 Konsep Pemasaran	24

2.2.2.3 Manajemen Pemasaran	27
2.2.2.4 Tujuan Pemasaran	28
2.2.3 Strategi Pemasaran.....	30
2.2.3.1 Pengertian Strategi Pemasaran.....	30
2.2.3.2 Jenis-Jenis Strategi Pemasaran	31
2.2.4 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	33
2.2.5 Analisis SWOT	37
2.3 Kerangka Berpikir.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	43
3.2 Batasan Masalah Penelitian.....	45
3.3 Lokasi Penelitian.....	46
3.4 Populasi dan Teknik Penarikan Sampel	47
3.4.1 Populasi.....	47
3.4.2 Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	48
3.5 Obyek dan Informan Penelitian	50
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	52
3.7 Teknik Analisis Data.....	58
3.8 Analisis SWOT	58
3.8.1 Cara Membuat Analisis SWOT	58
3.8.2 Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>)	61
3.8.3 Matriks EFAS (<i>External Factor Analysis Summary</i>)	63
3.8.4 Matriks SWOT	65
3.9 Pengujian Keabsahan Data.....	68
3.10 Jadwal Penelitian.....	70
3.11 Kerangka Pertanyaan	70
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	76

4.1.1 Sejarah Perusahaan	76
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	77
4.1.3 Logo Perusahaan.....	77
4.1.4 Aktivitas Perusahaan.....	78
4.2 Hasil	79
4.2.1 Penyajian Data	79
4.2.2 Identitas Informan.....	87
4.2.3 Analisis Strategi Pemasaran.....	88
4.2.4 Analisis SWOT	95
4.2.4.1 Tahap Analisis Faktor Internal dan Eksternal Menggunakan IFAS EFAS	99
4.2.4.2 Tahap Analisis Menggunakan Diagram Analisis SWOT	106
4.3 Pembahasan.....	115
4.3.1 Strategi Pemasaran.....	115
4.3.2 Formulasi Strategi.....	118
4.4 Hambatan Penelitian	124
4.5 Perbandingan Hasil Penelitian Pada BukuKurnas.id Sidoarjo dengan Penelitian Terdahulu	125

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	128
5.2 Saran.....	129

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Toko Buku di Indonesia Tahun 2015	9
Tabel 1.2 Data Omzet Penjualan BukuKurnas.ID	10
Tabel 3.1 Tabel <i>Internal Strategic Factor Analysis Summary</i> (IFAS)	63
Tabel 3.2 Tabel <i>External Strategic Factor Analysis Summary</i> (EFAS)	65
Tabel 3.3 Matriks SWOT	66
Tabel 4.1 Identitas Informan	87
Tabel 4.2 Tabel <i>Internal Strategic Factor Analysis Summary</i> (IFAS)	100
Tabel 4.3 Tabel <i>External Strategic Factor Analysis Summary</i> (EFAS)	103
Tabel 4.4 Rumusan Strategi Matriks SWOT	108
Tabel 4.5 Perencanaan Kombinasi Strategi SWOT	109
Tabel 4.6 Matriks SWOT	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Digital Indonesia Tahun 2020	3
Gambar 2.1 Bauran Pemasaran	36
Gambar 3.1 Diagram Analisis SWOT	60
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	73
Gambar 4.2 Produk BukuKurnas.id Sidoarjo	91
Gambar 4.3 Hasil Diagram Analisis SWOT	107