

**PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PEMASARAN PADA  
TOKO CAK MAN ONDERDIL MOBIL  
(STUDI KASUS DI KEDUNGORO SURABAYA)**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**DIANA**

**NPM. 1542010117**

**KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA  
2019**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PEMASARAN PADA**  
**TOKO CAK MAN ONDERDIL MOBIL**  
**(STUDI KASUS DI KEDUNGORO SURABAYA)**

Disusun Oleh :

DIANA

NPM. 1542010117

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dr. Rusdi Hidayat N., M.Si

NIP. 196112241989031007

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN  
ILMU POLITIK



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

NIP. 195907011987031001

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PEMASARAN**  
**PADA TOKO CAK MAN ONDERDIL MOBIL**  
**(STUDI KASUS DI KEDUNGORO SURABAYA)**

Oleh:

DIANA  
NPM. 1542010117

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 12 April 2019.

Menyetujui,

**Pembimbing Utama**



Dr. Rusdi Hidayat N., M.Si  
NIP.196112241989031007

**Tim Penguji**

**1.) Ketua**



Dr. Rusdi Hidayat N., M.Si  
NIP.196112241989031007

**2.) Sekretaris**



Dra. Sonja Andarini, M.Si  
NIP.196503261993092001

**3.) Anggota**



Dr. Nurhadi, M.Si  
NIP. 19690201199403001

Mengetahui

**DEKANEKELTAS ILMU SOSIAL DAN**  
**ILMU POLITIK**



Dr. Drs. Ee. Gendat Sukarno, MS, CHRA  
NIP. 195907011987031001

## **KATA PENGANTAR**

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian yang berjudul “Penerapan Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Pada Toko Cak Man Onderdil Mobil (Studi Kasus Di Kedungdoro Surabaya)”.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada bapak Dr. Rusdi Hidayat N., M.Si, selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan.

Pada kesempatan kali ini penulis juga menyampaikan banyak terimakasih yang setinggi-tinggi kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, diantaranya:

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS.CHRA selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jatim yang telah membuka cakrawala ilmu serta banyak memberikan pelajaran, inspirasi dan teladan baik bagi mahasiswanya termasuk penulis.

4. Kedua orang tua tercinta bapak dan ibu yang telah senantiasa mendoakan dan memberikan motivasi dan semangat yang tiada terhingga juga dukungan baik secara moril maupun materiil kepada penulis mulai dari awal kuliah hingga penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Akhirnya, dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak umumnya dan penulis pada khususnya.

Surabaya, April 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAKSI .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Kajian Pustaka .....	13
2.2.1 Pengertian Strategi .....	13
2.2.2 Manajemen Strategi .....	14
2.3 Pemasaran .....	15
2.3.1 Pengertian Pemasaran .....	15
2.3.2 Konsep Pemasaran .....	17
2.3.3 Manajemen Pemasaran.....	21

2.3.4 Tujuan Pemasaran.....	22
2.3.5 Strategi Pemasaran .....	24
2.3.6 Jenis-jenis Strategi Pemasaran .....	25
2.4 Bauran Pemasaran .....	27
2.5 Analisis SWOT .....	30
2.5.1 Analisis SWOT .....	32
2.5.2 Matriks SWOT .....	34
2.5.3 Matriks Faktor Strategi Internal.....	36
2.5.4 Matriks Faktor Strategi Eksternal .....	38
2.6 Kerangka Berpikir .....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
3.1 Pendekatan Dan Jenis Penelitian .....	41
3.2 Batasan Masalah Penelitian .....	43
3.3 Lokasi Penelitian .....	43
3.4 Obyek Penelitian .....	43
3.5 Informan Penelitian .....	43
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	44
3.7 Teknik Analisis Data .....	47
3.8 Analisis SWOT .....	50
3.8.1 Matriks IFAS .....	50
3.8.2 Matriks EFAS .....	52
3.8.3 Matriks SWOT .....	54
3.8.4 Analisis SWOT .....	57

3.9 Pengujian Keabsahan Data .....	58
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	60
4.1.1 Sejarah Perusahaan .....	60
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	61
4.1.3 Struktur Organisasi .....	62
4.2 Hasil Penelitian .....	63
4.2.1 Penyajian Data .....	63
4.2.2 Identitas Informan.....	78
4.2.3 Analisis Strategi Pemasaran .....	79
4.2.4 Analisis SWOT .....	82
4.2.4.1 Tahap Analisis IFAS EFAS .....	83
4.2.4.2 Tahap Analisis Diagram Analisis SWOT .....	87
4.3 Pembahasan .....	93
4.3.1 Strategi Pemasaran .....	93
4.3.2 Formulasi Strategi .....	95
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>97</b>
5.1 Kesimpulan .....	97
5.2 Saran .....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Omset Penjualan Cak Man Onderdil .....	5
Tabel 1.2 Data Penjualan Cak Man Onderdil .....	7
Tabel 2.1 Matriks SWOT .....	38
Tabel 2.2 Faktor Strategi Internal (IFAS) .....	37
Tabel 2.3 Faktor Strategi Eksternal (EFAS) .....	39
Tabel 3.1 Internal Factors Analysis Summary .....	52
Tabel 3.2 External Factors Aanalysis Summary .....	54
Tabel 3.3 Matriks SWOT .....	56
Tabel 4.1 Identitas Informan .....	78
Taebl 4.2 Tabel IFAS .....	83
Tabel 4.3 Tabel EFAS .....	85
Tabel 4.4 Rumusan Strategi Matriks SWOT/TOWS .....	89
Tabel 4.5 Perencanaan Kombinasi Strategi SWOT/TOWS .....	90
Tabel 4.6 Matriks SWOT .....	91

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Bauran Pemasaran .....	29
Gambar 2.2 Analisis SWOT .....	32
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir .....	40
Gambar 3.1 Model Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data .....	48
Gambar 4.1 Produk Cak Man Onderdil .....	80
Gambar 4.2 Hasil Diagram Analisis SWOT .....	88

## ABSTRAKSI

**DIANA, 1542010117, Penerapan Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Pada Toko Cak Man Onderdil Mobil (Studi Kasus Di Kedungdoro Surabaya).**

Peneliti menggunakan Cak Man Onderdil Mobil yang bergerak pada usaha bidang produk onderdil (body mobil) sebagai objek penelitian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran pada toko Cak Man Onderdil. Hasil dari metode SWOT tersebut digunakan sebagai dasar untuk menentukan strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh Cak Man Onderdil.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif yang merupakan bagian dari analisis kualitatif dengan menggunakan teknik pengambilan data wawancara mendalam yang berkaitan dengan strategi pemasaran berdasarkan indikator bauran pemasaran 4p yang digunakan oleh peneliti dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dengan metode SWOT pada toko Cak Man Onderdil.

Dari penelitian ini diperoleh hasil *Internal Factor Analysis Summary* yang menunjukkan bahwa kekuatan perusahaan lebih besar dibanding dengan kelemahannya. Sedangkan dari hasil *External Factor Analysis Summary* adalah menunjukkan bahwa ancaman lebih besar dari peluang yang ada. Pilihan strategis adalah ST, sehingga pada diagram SWOT strategi S dan T terletak pada Kuadran II, yaitu meskipun menghadapi berbagai ancaman toko ini masih memiliki kekuatan dari segi internal sehingga strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan yang memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk atau pasar).

***Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, matriks IFAS, matriks EFAS***

## **ABSTRACTION**

**DIANA, 1542010117, Application of Swot Analysis in Marketing Strategies at Cak Man Spareparts Store (Case Study in Kedungdoro Surabaya).**

The researcher used Cak Man Spareparts which is engaged in spare parts as a research object. The purpose of this study was to find out and analyze marketing strategies at the Cak Man Spareparts Store. The results of the SWOT method are used as a basis for determining the marketing strategy that can be done by Cak Man Spareparts.

The research method used is descriptive which is part of a qualitative analysis using in-depth interview data collection techniques related to marketing strategies based on 4p marketing mix indicators used by researchers in identifying strengths, weaknesses, opportunities and threats with the SWOT method at Cak Man Spareparts Store.

From this study, the results of the Internal Factor Analysis Summary showed that the strength of the company was greater than its weaknesses. Whereas from the results of External Factor Analysis Summary, it shows that threats are greater than the opportunities that exist. Strategic choice is ST, so the SWOT diagram of S and T strategies is located in Quadrant II, which despite facing various threats this store still has internal strength so the strategy that must be applied is to use force that utilizes long-term opportunities by means of diversified strategies (product or market).

***Keywords: Marketing Strategy, SWOT Analysis, IFAS matrix, EFAS matrix***