

**STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT  
PADA BENGKEL FORMULA AC MOBIL DI JALAN  
BROTONEGORO TIMUR GKB GRESIK**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana  
Administrasi Bisnis



Oleh:

MUHAMMAD RIFOILLUKMAN

NPM 1542010099

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

**2022**

**STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT  
PADA BENGKEL FORMULA AC MOBIL DI JALAN  
BROTONEGORO TIMUR GKB GRESIK**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana  
Administrasi Bisnis**



Oleh:

**MUHAMMAD RIFOLUKMAN**

**NPM 1542010099**

**KEMENTRIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**2022**



**STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT PADA  
BENKEL FORMULA AC MOBIL DI JALAN  
BROTONEGORO TIMUR GKB GRESIK**

**Disusun Oleh :**

**Muhammad Rifqi Lukman**

**NPM. 1542010099**

**Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui,**

**Dosen Pembimbing**



**Dra. Sonja Andarini, M.Si**

**NIP. 196503261993092001**

**Mengetahui,**

**DEKAN FISIP**

**UPN "Veteran" Jawa Timur**



**Dr. Drs. H. Gendut Sukarno, MS, CHRA**

**NIP. 195907011987031001**



**STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT  
PADA BENGKEL FORMULA AC MOBIL DI JALAN  
BROTONEGORO TIMUR GKB GRESIK**

Disusun Oleh :

**MUHAMMAD RIFOLUKMAN**  
1542010099

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 : 27 Mei 2022


Menyetujui,

**PEMBIMBING UTAMA**

  
**Dra. Sonia Andarini, MSI**  
NIP. 19650326199309200

**TIM PENGUJI**


1. Ketua

  
**Dr. Jojak D. S.Sos, M.Si**  
NPT. 370119500421

2. Sekretaris

  
**Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si**  
NIP. 030227786

3. Anggota

  
**Dra. Sonia Andarini, MSI**  
NIP. 19650326199309200

Mengetahui,  
**DEKAN**

  
**Dr. Drs. E. Gendut Sukarno, MS, CHRA**  
NIP. 195907011987031001

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Pada Bengkel Formula”.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dra. Sonja Andarini, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi kepada penulis. Dan penulis juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa moril, spiritual, maupun materil. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

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 Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu Dosen Administrasi Bisnis Fakultas Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Kedua orang tua yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Istri saya Novi Indriyani yang selalu ada disaat suka maupun duka, yang selalu memberikan semangat serta motivasi untuk saya.

6. Sahabat dan teman-teman Administrasi Bisnis 2015 yang selalu membantu penulis selama masa perkuliahan sampai penulisan skripsi.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penulis proposal ini.

Surabaya, Mei 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
ABSTRAK .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
BAB II LANDASAN TEORI .....	8
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Strategi .....	11
2.2.2 Pemasaran .....	15
2.2.3 Manajemen Pemasaran .....	18
2.2.4 Strategi Pemasaran .....	19
2.2.5 Bauran Pemasaran.....	20
2.3 Analisis SWOT .....	23
2.4 Cara Membuat Analisis SWOT .....	24
2.5 Kerangka Berpikir.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	28
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	28
3.2 Lokasi Penelitian.....	30
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	30
3.3.1 Populasi.....	30
3.3.2 Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	30
3.4 Obyek dan Informan Penelitian .....	32
3.4.1 Obyek Penelitian .....	32
3.4.2 Informan Penelitian.....	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	33

3.6	Pengujian Keabsahan Data.....	34
3.7	Teknik Analisis Data.....	35
3.8	Analisis SWOT .....	36
3.8.1	Matrik IFAS (Internal Factor Analysis Summary) .....	36
3.8.2	Matrik EFAS (External Factor Analysis Summary) .....	38
3.8.3	Matriks SWOT .....	39
	3.8.3.1 Strategi SO .....	39
	<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
4.1	DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN .....	42
4.1.1	Profil Bengkel Formula.....	42
4.1.2	Struktur Organisasi UMKM Bengkel Formula.....	44
4.1.3	Logo Perusahaan .....	45
4.1.4	Struktur Organisasi Bengkel Formula.....	46
4.2	ANALISIS SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat).....	47
4.3	MATRIKS IFAS (Internal Factor Analysis Summary) .....	52
4.4	MATRIKS EFAS (External Factor Analysis Summary) .....	55
4.5	KUADRAN ANALISIS SWOT .....	57
4.6	MATRIKS SWOT .....	58
	<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>76</b>
5.1	Kesimpulan .....	76
5.2	Saran.....	76
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>80</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Omset di Bengkel Formula .....	6
Tabel 3.1 Tabel Matriks SWOT.....	40
Tabel 4.1 Tabel Analisis SWOT .....	48
Tabel 4.2 Tabel Matriks IFAS .....	53
Tabel 4.3 Tabel Matriks EFAS .....	55
Tabel 4.4 Matriks Strategi SO Bengkel Formula.....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gambar Analisis SWOT .....	24
Gambar 2.2 Bagan Kerangka Berpikir .....	26
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bengkel Formula .....	44
Gambar 4.2 Logo Perusahaan.....	45
Gambar 4.3 Gambar Analisis SWOT .....	58

## ABSTRAK

Bengkel formula merupakan bengkel resmi denso yang beralamat di Jalan Brotonegoro Timur Yosowilangun Kecamatan Manyar Kabupaten Gresik yang berdiri sejak tahun 2004. Usaha ini dapat dikatakan sebagai usaha yang bergerak di bidang jasa. Berdasarkan data omset bengkel formula ada pada kondisi fluktuatif. Pada bulan Desember 2020 – Maret 2021 yakni omset mengalami kestabilan, sedangkan pada bulan April 2021 – Mei 2021 mengalami penurunan. Dalam Hal ini usaha bisnis tersebut dituntut untuk menetapkan strategi pemasaran yang tepat agar dapat meningkatkan omset penjualan yang diharapkan. Analisis SWOT dapat membantu usaha bisnis untuk menganalisis bagaimana strategi pemasaran yang harus dijalankan usaha bisnis tersebut agar mencapai tujuan. Berdasarkan hal tersebut maka Bengkel Formula berada pada posisi Kuadran I menandakan bahwa Bengkel Formula berada di strategi agresif. Posisi kuadran I menunjukkan bahwa Bengkel mobil Formula memiliki Strength yang dimanfaatkan untuk menangkap peluang yang ada. Berdasarkan Strategi Agresif yang telah didapat, bengkel Formula harus mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif dengan memanfaatkan strategi SO (Strength+Opportunity).

**Kata Kunci: Bengkel Formula, Pemasaran, SWOT, IFAS, EFAS.**



## ABSTRACT

*The formula workshop is an official Denso workshop located east of Gresik Kota Baru (GKB) Jalan Brotonegoro Yosowilangun, Manyar District, Gresik Regency which was established in 2004. This business can be said to be a business engaged in the service sector. Based on the data, the turnover of the formula workshop is in a fluctuating condition. In December 2020 - March 2021, turnover has stabilized, while in April 2021 - May 2021 it has decreased. In this case, the business is required to determine the right marketing strategy in order to increase the expected sales turnover. SWOT analysis can help business businesses to analyze how marketing strategies must be carried out by the business in order to achieve goals. The result of the Internal Factor Analysis Summary Matrix is 1.79. While the External Factor Analysis Summary Matrix is 1.81. Based on this, the Formula Workshop is in the Quadrant I position, indicating that the Formula Workshop is in an aggressive strategy. The position of quadrant I shows that the Formula car workshop has Strength that is used to seize the opportunities that exist. Based on the Aggressive Strategy that has been obtained, the Formula workshop must support an aggressive growth policy by utilizing the SO (Strength+Opportunity) strategy.*

***Keywords: Formula Workshop, Marketing, SWOT, IFAS, EFAS.***