

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI RUMAH TANGGA
KERAJINAN UKIR SHODIKUL MEBEL JEPARA**

**Marketing Strategy Analysis of Home Industry
in Shodikul Mebel Jepara Carving Craft**



Di susun oleh:

Zainul Kaffa (20050410157)

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2013**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI RUMAH TANGGA
KERAJINAN UKIR SHODIKUL MEBEL JEPARA**

**Marketing Strategy Analysis of Home Industry
in Shodikul Mebel Jepara Carving Craft**

Diajukan oleh

Zainul Kaffa

20050410157

Telah disetujui oleh:



Pembimbing

Sutrisno Wibowo, S.E., M.M.
NIK: 143 030

Tanggal, 30 Maret 2013

SKRIPSI


**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI RUMAH TANGGA
KERAJINAN UKIR SHODIKUL MEBEL JEPARA**

**Marketing Strategy Analysis of Home Industry
in Shodikul Mebel Jepara Carving Craft**

Diajukan oleh
Zainul Kaffa
20050410157


Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Ketua Tim Penguji




Fajarwati, SE., M.Si
NIK: 143054

Anggota Tim Penguji



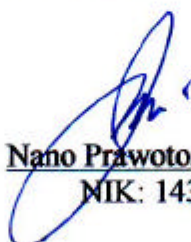
Drs. Sutrisno Wibowo, S.E., M.M.
NIK: 143 030

Anggota Tim Penguji



Isthofaina Astuti, SE., M.Si
NIK: 143051

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Nano Prawoto, SE., M.Si
NIK: 143016

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Zainul Kaffa

Nomor Mahasiswa : 20050410157

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi.

Yogyakarta, 10 Januari 2013

Zainul Kaffa

Motto

Manusia yang mengetahui banyak tentang orang lain mungkin manusia yang pandai, tetapi manusia yang mengetahui banyak tentang dirinya sendiri jauh lebih pandai. Manusia yang mengontrol orang lain mungkin manusia yang berkuasa, tetapi manusia yang bisa mengontrol dirinya sendiri jauh lebih berkuasa.

(Tao The King)

Visi tanpa tindakan hanyalah sebuah mimpi. Tindakan tanpa visi hanyalah membuang waktu. Visi dengan tindakan akan mengubah dunia

(Joel Arthur Barker)

Seorang juara membutuhkan lebih dari smotivasi yang tinggi dan kemenangan yang telah lewat

(Pat Riley)

Untuk meraih sebuah kesuksesan, karakter seseorang adalah lebih penting dari pada Intelegensi.

(Gilgerte Beaux.)

Dua hal yang membangkitkan ketakjuban saya – langit bertaburkan bintang di atas dan alam semesta yang penuh hikmah di dalamnya.

(Einstein)

Persembahan

BAPAK dan IBU ku

Sebagai wujud cinta, rasa hormat dan tanda baktiku kepada beliau yang telah mendidik, membesarkan, merawatku dengan Kasih dan sayang, serta doa yang tiada henti. Pengorbanan, kesabaran, ketabahan, dukungan telah aku terima. Mereka satu dari dua insan yang tak tergantikan oleh apapun.

Dua gadisku tersayang

Satu wanitaku tercinta

Simbah putri

Orang-orang yang selalu membimbingku di keluarga

Semua sahabatku dan teman-temanku yang senantiasa menemaniku dan mendukungku dalam suka maupun duka

Almamaterku

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran Shodikul mebel Jepara dengan terlebih dahulu mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal. Hal ini dilakukan dengan menggunakan Metode Analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Oppurtunity, Threat*), yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan maupun peluang dan ancaman yang dimiliki perusahaan.

Penelitian ini dilakukan dengan metode *survey* (wawancara dan kuesioner) pada manager selaku pemilik, Operasional, Disain Ukir Senior dan Senior *Logistic*. Hasilnya kemudian dianalisis dengan diagram SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal, dan faktor eksternal untuk mengetahui posisi Shodikul mebel Jepara dan memberikan alternatif strategi yang tepat pada Shodikul mebel Jepara.

Hasil penelitian dengan menggunakan diagram SWOT, evaluasi nilai tertimbang variabel internal diperoleh kekuatan (1,947) lebih besar dari pada kelemahan (1,744) yang berarti selisih nilai tertimbang adalah positif, selisih nilai tertimbang sebesar 0,203. Sedangkan variabel eksternal diperoleh ancaman (1,735) lebih besar dari pada peluang (1,435) yang berarti selisih nilai tertimbang adalah *negative*, selisih nilai tertimbang sebesar -0,3. Berarti hasil menunjukkan bahwa Shodikul mebel Jepara berada diposisi kuadran IV, disebut juga Strategi Diversifikasi.

Alternatif strategi yang bisa diterapkan pada Shodikul mebel Jepara adalah strategi S-T (*Strenght-Threats*), dengan strategi ini dapat memanfaatkan kekuatan yang dimiliki Shodikul mebel Jepara dalam mengatasi ancaman. Meningkatkan pemasaran ke luar kota atau wilayah yang potensial yang dituju adalah bentuk pengembangan pasar dengan menjalin kerjasama dengan distributor di wilayah tersebut. Selain itu, memperbaiki kegiatan promosi sesuai dengan perkembangan zaman adalah wujud untuk memenangkan persaingan bisnis.

Kata Kunci : Strategi Perusahaan, SWOT, Faktor Internal, Faktor Eksternal

ABSTRAK

This study is aimed to find out the marketing strategy used by Shodikul Mebel Jepara by first identifying the internal and external factors. This is done by using the SWOT (Strengths, Weakness, Opportunity and Threat) to evaluate the strengths, weaknesses, opportunities and threats to the company.

This study was conducted by survey (interviews and questionnaires) to the manager as the owner of the company, supervisor, senior carved designer and senior logistic. The results are then analyzed with a SWOT diagram to identify internal and external factors to determine the position of the company and provide alternative strategies appropriate to the company.

Using the SWOT diagram results was obtained that from weighted value of internal variable obtained the strength (1.947) is greater than the weaknes (1.744), which means the difference between the weighted values is positive, where the difference between the weighted value is 0.203. While the threat from external variables obtained (1.735) is greater than opportunity (1.435), which means the difference between the weighted values is negative, where the weighted difference of -0.3. It means that the results indicate that the company is in a position quadrant IV called Diversification Strategy.

Alternative strategy applicable for Shodikul Mebel Jepara is S-T (Strength-Threat) strategy. With this strategy the company can take advantage from the strength the company has in dealing with the threat. Increasing marketing to outside of the city of Jepara or other potential regions is a form of market development by establishing a partnership with distributors in those regions. In addition, increasing promotional activities in accordance with the times is a form of competition to win the business.

Keywords: Marketing Strategy, SWOT, Internal Factors, External Factors

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan Menyebut Nama *Allah* Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang

Alhamdulillah Rabbil Aalamiin, Penulis panjatkan puji syukur Kehadirat Allah SWT, atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat berjuang dan bertahan untuk menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam untuk Rasulullah Muhammad SAW sebagai Uswatun Khasanah bagi umat manusia.

Selesai sudah perjuangan panjang ini. Perjuangan untuk menyusun dan menyelesaikan tugas akhir “Penulisan Skripsi”, sebuah perjuangan yang penuh makna. Proses demi proses telah terlewati, suka maupun duka yang tak akan pernah terlupakan begitu saja.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang dengan segala keterbukaan dan kerelaan hati telah memberikan bimbingan, pengarahan, pembelajaran dan dorongan semangat yang sangat berarti. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Sutrisno Wibowo, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat, pengarahan serta dorongan sampai terselesainya penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Retno Widowati PA, Dra., M.Si., selaku Kepala Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

3. Bapak Nano Prawoto, SE, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Semua Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang sudah memberikan ilmu, serta staff karyawan yang memberikan pelayanan fasilitas untuk belajar.
5. Bapak Shodikul Amin, selaku pemilik Industri rumah tangga kerajinan mebel Jepara beserta pihak karyawan yang sudah memberikan informasi yang dijadikan sumber penelitian.
6. Bapak, ibuk, serta kerabat keluarga yang selalu mencurahkan kasih dan sayang serta memberikan doa restu dan dorongan untuk belajar baik secara maril maupun materiil selama kuliah sampai terselesaikannya skripsi ini.
7. Teman-teman yang sudah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih belum sempurna, mengingat keterbatasan ilmu, kemampuan dan pengalaman dalam penelitian. Oleh karena itu, penulis mengharapkan pada segenap pembaca skripsi ini bersedia memberikan saran dan kritik agar dapat menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 10 Januari 2013

Penulis

Zainul Kaffa

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iv |
| HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | v |
| INTISARI..... | vii |
| ABSTRAK | viii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Penelitian | 1 |
| B. Batasan Masalah | 7 |
| C. Rumusan Masalah..... | 8 |
| D. Tujuan Penelitian | 8 |
| E. Manfaat Penelitian..... | 9 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 10 |
| A. Landasan Teori | 10 |
| 1. Pengertian Strategi..... | 10 |
| 2. Peran Strategi..... | 11 |
| 3. Manajemen Strategi | 12 |
| 4. Strategi Pemasaran..... | 15 |
| 5. Pengertian Furniture..... | 36 |
| B. Hasil Penelitian Terdahulu | 37 |
| C. Kerangka Pemikiran..... | 41 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN | 42 |
| A. Obyek dan Subyek Penelitian..... | 42 |
| B. Jenis Data..... | 42 |
| C. Teknik Pengumpulan Data | 43 |
| D. Definisi Operasional Variabel Penelitian..... | 44 |
| E. Uji Kualitas Data..... | 47 |
| | |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 59 |
| A. Gambaran Umum..... | 59 |
| 1. Sejarah dan Perkembangan | 59 |
| 2. Lokasi..... | 60 |
| 3. Visi, Misi Dan Tujuan..... | 61 |
| 4. Struktur Organisasi | 61 |
| 5. Strategi pemasaran Shodikul Mebel Jepara | 64 |

| | |
|--|--------|
| 6. Bauran Pemasaran..... | 65 |
| B. Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 68 |
| C. Hasil Penelitian..... | 71 |
| D. Pembahasan..... | 85 |
| BAB V PENUTUP | 93 |
| A. Kesimpulan..... | 93 |
| B. Saran..... | 94 |
| C. Keterbatasan Penelitian..... | 95 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN | |