

**Analisis Strategi Pemasaran
Pada PT. Insan Citra Prima Sejahtera Industri Pengolahan Terinasi
di Kota Tuban**

SKRIPSI



Nama : Iin Hermawati
Nomor Mahasiswa : 98 311 423
Jurusan : Manajemen
Bidang konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA

2003

**Analisis Strategi Pemasaran
Pada PT. Insan Citra Prima Sejahtera Industri Pengolahan Terinasi
di Kota Tuban**

SKRIPSI

ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat akhir guna
memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi , Universitas Islam Indonesia



Oleh :

Nama : Iin Hermawati
Nomor Mahasiswa : 98 311 423
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2003

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“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 pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, September 2003

Penulis,



Iin Hermawati

Analisis Strategi Pemasaran
Pada PT. Insan Citra Prima Sejahtera Industri Pengolahan Terinasi
di Kota Tuban

Nama : Iin Hermawati
Nomor Mahasiswa : 98 311 423
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, September 2003

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing



Drs. Zainal Mustofa, MM

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI


SKRIPSI BERJUDUL :

ANALISA STRATEGI PEMASARAN PADA PT. INSAN CITRA PRIMA
SEJAHTERA INDUSTRI PENGOLAHAN TERINASI DI KOTA TUBAN

Disusun Oleh :

Nama : Iin Hermawati
Nomor Mahasiswa : 98 311 423
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Telah dipertahankan/diujikan dan disahkan
Didepan tim penguji dan dinyatakan LULUS
Pada tanggal 9 Oktober 2003

Penguji/Pembimbing Skripsi : Drs. Zainal Mustofa EQ, MM 

Penguji : Drs. Albari, MM 

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Drs. H. Suwarsono Muhammad, MA

ABSTRAK

Skripsi ini berlatar belakang industri pengolahan udang beku. Perusahaan yang diteliti adalah PT. Insan Citra Prima Sejahtera. Berdasarkan penelitian dan pengamatan, penulis maka masalah yang dirumuskan adalah berada diposisi bisnis mana perusahaan dilihat dari faktor eksternal (peluang-ancaman) dan faktor internal (kekuatan-kelemahan) serta bagaimana strategi pemasaran perusahaan dimasa datang.

Variabel internal dalam metode penelitian adalah pangsa pasar, variasi produk, citra produk, kualitas produk, harga produk, cara pembayaran, saluran distribusi, pengiriman barang, promosi, efisiensi produksi, teknologi yang dipakai, lokasi perusahaan, pendidikan SDM, keterampilan SDM, ketersediaan SDA terinasi, dan struktur modal. Variabel eksternal metode penelitian adalah daya beli konsumen, regulasi pemerintah, perubahan teknologi, pertumbuhan pasar, bahan pendukung produksi, sarana transportasi, dan persaingan

Sumber data dan metode pengumpulan data, dengan cara wawancara dan kuesioner yang diberikan kepada responden : *Factory Manager, Operation Manager, Human Resource and Administration, Quality Control, Production Manager, Procurement Manager.*

Analisa data dilakukan dengan cara identifikasi variabel internal dan eksternal, kemudian membuat penilaian kinerja dan penilaian bobot pengaruh variabel internal dan eksternal, setelah itu dilakukan analisa SWOT dengan memakai matriks IFAS dan EFAS yang kemudian dilanjutkan dengan membuat *Grand Strategy* SWOT untuk mengetahui posisi perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan posisi bisnis perusahaan PT. Insan Citra Prima Sejahtera terletak pada kuadran I. Strategi yang sebaiknya diterapkan adalah strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

MOTTO

“Just Be Your Self”

Kata Pengantar

Assalamualaikum Wr, Wb.

Segala puji bagi Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan setetes ilmu pengetahuan dari samudera ilmu pengetahuan yang Dia miliki pada manusia, karena hanya dengan itulah manusia dapat belajar, mengerti, memahami dan berpikir sesuatu, termasuk didalamnya penulis yang pada akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini adalah sebuah karya “historikal” bagi penulis, skripsi inilah yang akan menghantarkan penulis kepada jenjang tertinggi dalam studi strata 1 di Fakultas Ekonomi, jurusan Manajemen, Universitas Islam Indonesia.

Skripsi ini mengambil tema dengan latar belakang industri pengolahan terinasi (*chirimen*). Skripsi ini membahas tentang analisis strategi pemasaran pada PT. Insan Citra Prima Sejahtera yang menggunakan alat analisis SWOT. Analisis dilakukan pada faktor internal yang menjadi kekuatan atau kelemahan serta faktor eksternal yang menjadi peluang atau ancaman bagi perusahaan untuk mengetahui posisi bisnis dan strategi perusahaan dimasa datang dalam menghadapi persaingan.

Penyusunan skripsi ini tidak dapat terlaksana dengan baik dan lancar tanpa adanya bantuan dan dukungan dari beberapa pihak. Pada kesempatan ini tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Suwarsono Muhammad, MA. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Drs. Zainal Mustofa, MM. Dosen pembimbing skripsi, atas kesabaran, pengarahan, pengertian, dan waktunya.

3. Bapak Ir. Sugiyanto, *Factory Manager* PT. Insan Citra Prima Sejahtera, beserta seluruh jajaran organisasi, atas bantuan, kerjasama dan waktunya.
4. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Heru Sumaryanto dan Ibu Titik Rujenti, dengan kasih sayang dan kesabaran yang tak henti-hentinya membimbingku dalam do'a, dan mengajarkan apa dan bagaimana hidup dan kehidupan.
5. Adik-adikku tersayang, Dwi Astutiningsih, Anton Hermawanto, Reni Cahyawati, Firdaus Rahman Moeslim, Dahlia Rahmawati Moeslim, Farid Nur Hidayat Moeslim, atas pengorbanan, kesabaran, pengertian, do'a, dan dukungannya.
6. 'Mas'ku Zain Ahmad Moeslim, dengan kesetiaan, kasih sayang, kesabaran, keikhlasan, pengertian, pengorbanan, do'a, dan dukungannya selama mendampingi.
7. Keluarga besar bapak Drs. H. Shidiq Moeslim, bude Umar, bude Hikmah Sobri, atas do'a, kesabaran, pengertian, dan dukungannya.
8. Sahabat-saudara setiaku, Yopie & Viera, Bayu & Lia, Sigit & Dina, Edith & Rahma, Soebhan & Vivi, Brenda & Dali, Leea & Ines, Andri, Arli, Cunky, dll atas kesediaannya menjadi salah satu bagian cerita terindah dalam proses pembelajaran hidup.
9. Keluarga besar dan crew Flip-Flop Boutique, Mbak Iis & Mas Heri atas dukungan do'a dan kesabarannya, Nana, Ratna, Mara, Ria, Eka, Lea, Dita, atas kerjasamanya, dan pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya, yang telah memberikan kontribusinya dalam bentuk apapun, baik disadari ataupun tidak, hingga terselesaikannya skripsi ini, *Jazza Kumullahu Khoiron Katsiro*.

Hanya inilah yang bisa saya sampaikan pada kesempatan ini. Penulis sadar skripsi ini jauhlah dari sempurna, namun kiranya dari yang tidak

sempurna dan sederhana ini dapat bermanfaat dalam pengembangan studi manajemen selanjutnya,

Wassalamualaikum Wr, Wb.

Yogyakarta, September 2003

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Iin', with a large, sweeping initial stroke.

Iin Hermawati

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Sampul Depan Skripsi	ii
Halaman Judul Skripsi.....	iii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iv
Halaman Pengesahan Skripsi	v
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi	vi
Abstrak.....	vii
Halaman Motto	viii
Kata Pengantar.....	ix
Daftar Isi.....	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Tabel.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5

BAB II. LANDASAN TEORI

2.1 Kerangka Dasar Teori Pemasaran	7
2.2 Manajemen Pemasaran.....	12
2.3 Desain Strategi Pemasaran	13
2.4 Lingkungan Pemasaran	22
2.4.1.Lingkungan Eksternal	23
a. Lingkungan Umum (<i>General Environment</i>).....	23
b. Lingkungan Industri (<i>Industrial Environment</i>)	25
2.4.2.Lingkungan Internal	25
2.5 Analisis Lingkungan Eksternal Dan Internal	26
2.5.1.Analisis Lingkungan Eksternal (<i>External Enviromental Analysis</i>).....	26
2.5.2.Analisis Lingkungan Internal (<i>Internal Enviromental Analysis</i>).....	29
2.6 Perencanaan Strategis	32
2.7 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	34
2.8 Analisis dan Matrik SWOT	36
2.8.1.Analisis SWOT.....	36
2.8.2.Matrik SWOT	38

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian	40
3.1.1.Variabel Internal.....	40
3.1.2.Variabel Eksternal.....	41
3.1.2.Definisi Operasi Variabel Internal Dan Eksternal.....	41

a. Definisi Operasi Variabel Internal.....	41
b. Definisi Operasi Variabel Eksternal.....	47
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	49
3.2.1.Data Primer.....	49
3.2.2.Data Sekunder.....	50
3.2.3.Subyek Penelitian.....	50
3.3 Analisa Data.....	51
3.3.1.Prakiraan Posisi Perusahaan.....	51
a. Identifikasi Variabel.....	51
b. Prediksi Penilaian Variabel Eksternal dan Internal.....	51
1) Penilaian Kinerja.....	51
2) Penilaian Bobot Pengaruh.....	52
3.3.2.Analisis SWOT.....	52
a. Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	52
b. Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS).....	54
3.3.3. Grand Strategy SWOT.....	55

BAB IV. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN ANALISIS DATA

4.1 Gambaran Umum.....	58
4.1.1.Sejarah Berdirinya Perusahaan.....	58
4.1.2.Lokasi Perusahaan.....	59
4.1.3.Keadaan Fisik Kantor.....	60
4.1.4.Struktur Organisasi PT. Insan Citra Prima Sejahtera.....	61

4.1.5. Personalia PT. Insan Citra Prima Sejahtera.....	64
4.1.6. Hasil Produksi PT. Insan Citra Prima sejahtera.....	66
4.1.7. Bahan Baku Produksi PT. Insan Citra Prima Sejahtera.....	67
4.1.8. Saluran Distribusi. PT. Insan Citra Prima Sejahtera.....	72
4.1.9. Pemasaran dan Promosi PT. Insan Citra Prima Sejahtera.....	72
4.1.10. Penjualan PT. Insan Citra Prima Sejahtera.....	72
4.2 Analisis Data.....	73
4.2.1. Identifikasi Variabel Perusahaan.....	74
a. Analisis Lingkungan Internal Perusahaan.....	74
b. Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan.....	84
4.2.2. Penilaian Variabel Eksternal dan Internal Perusahaan.....	89
a. Variabel Internal Perusahaan.....	89
b. Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS).....	92
c. Variabel Eksternal Perusahaan.....	98
d. Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	101
4.2.3. Posisi PT. Insan Citra Prima Sejahtera.....	103
4.3. Strategi Lama PT. Insan Citra Prima Sejahtera.....	108
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	109
5.2 Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA.....	114

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Matrik SWOT.....	38
2.1 Bentuk Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	54
3.1 Realisasi Ekspor (Quantity) Januari-September 2002.....	73
4.1 Realisasi Ekspor Terinasi.....	88
5.1 Bobot Pengaruh Variabel Internal PT. Insan Citra Prima Sejahtera.....	90
6.1 Penilaian Kinerja PT. Insan Citra Prima Sejahtera.....	91
7.1 Nilai tertimbang Variabel Internal (IFAS) PT. Insan Citra Prima Sejahtera.....	93
8.1 Bobot Pengaruh Variabel Eksternal PT. Insan Citra Prima Sejahtera.....	98
9.1 Penilaian Pengaruh Variabel Eksternal PT. Insan Citra Prima Sejahtera.....	99
10.1 Nilai Tertimbang Variabel Eksternal (EFAS) PT. Insan Citra Prima Sejahtera.....	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1. Grand Strategy SWOT.....	37
2.1. Grand Strategy SWOT.....	55
3.1. Grand Strategy PT. Insan Citra Prima sejahtera.....	104

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
I Daftar Pertanyaan Responden PT. Insan Citra Prima Sejahtera.....	116