

**ANALISIS STRATEGI BISNIS  
PADA PERCETAKAN CV. GRAHA MULTI GRAFIKA  
KARANGANYAR**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**Dwi Antoro**

**99311403**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI  
YOGYAKARTA  
2004**

**ANALISIS STRATEGI POSITIONING  
PADA PERCETAKAN CV. GRAHA MULTI GRAFIKA  
KARANGANYAR**

**SKRIPSI**

**Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir  
Guna memperoleh gelar sarjana jenjang strata 1  
Program studi manajemen perusahaan  
Pada Fakultas Ekonomi UH**

**Oleh:**

**Nama : Dwi Antoro**

**No. Mahasiswa : 99311403**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI  
YOGYAKARTA**

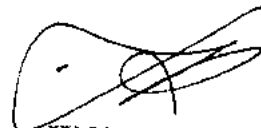
**2004**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Yogyakarta, Januari 2004

Telah disetujui oleh,

Desen Pembimbing



**(Dra. Hj Nurul Ngaini, MM)**

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

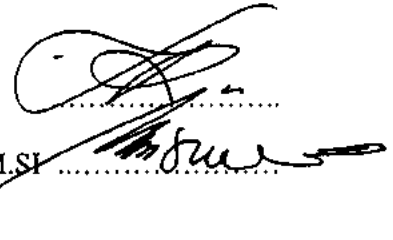
**ANALISIS STRATEGI POSITIONING PADA PERCETAKAN CV "GRAHA MULTI  
GRAFIKA"**

**Di susun Oleh: DWI ANTORO  
Nomor mahasiswa: 99311403**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**  
Pada tanggal : 12 Pebruari 2004

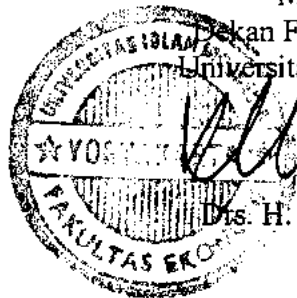
Penguji/Pemb. Skripsi : DRA. SITI NURUL NGAINI, MM

Penguji : DRS. H. NURSYA'BANI PURNAMA, M.SI



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



Drs. H. Suwarsono, MA

## MOTTO

Sesungguhnya di balik kesusahan itu terdapat kemudahan maka jika kamu telah selesai mengerjakan sesuatu, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain.

(Q.S. Al Insyiraah, ayat 6 dan 7)

## PERSEMBAHAN

*Dengan segala kerendahan hati  
kupersembahkan untuk Ibunda  
Hj.Sukamsih dan ayahanda H.Suyanto,  
Rully serta adik-adikku Susanto,  
Avif dan Deny.*

5. Rully yang telah memberikan dorongan semangat dalam penyelesaian penulisan ini.
6. Teman-teman satu angkatan serta rekan-rekan yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu yang telah meluangkan waktu dan memberikan semangat hingga terselesaikannya skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis berusaha semaksimal mungkin agar memperoleh hasil yang memuaskan namun demikian penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempumaan.

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya, semoga Allah S.W.T berkenan melimpahkan rahmat dan hidayahNya pada semua pihak yang telah memberikan bantuan yang sangat berharga dan semoga Allah S.W.T selalu membimbing kita semua.

Amiin.

Yogyakarta, Januari 2004.

Penulis

( Dwi Antoro )

99311403

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Pokok Masalah .....	4
1.3. Batasan Masalah .....	5
1.4. Tujuan Penelitian .....	6
1.5. Manfaat Penelitian .....	6
1.6. Metode Penelitian.....	6
1.6.1. Data yang dibutuhkan .....	6
1.6.2. Metode Pengumpulan Data.....	7
<b>BAB II. LANDASAN TEORI</b> .....	8
2.1. Pengertian Pemasaran .....	8



2.2. Konsep Pemasaran .....	10
2.3. Strategi Pemasaran .....	12
2.4. Pengembangan Strategi Pemasaran.....	16
2.4.1. Segmentasi Pasar.....	16
2.4.2. Penentuan Posisi Pasar.....	17
2.4.3. Strategi Memasuki Pasar.....	18
2.4.4. Strategi Marketing Mix .....	19
2.4.5. Strategi Penentuan Mix .....	29
2.5. Analisa SWOT .....	30
2.5.1. Weaknes and Strength.....	30
2.5.2. Treaths and opportunity.....	30
2.6. Analisis Lingkungan Bisnis.....	31
2.6.1. Analisis Lingkungan Internal .....	31
2.6.2. Analisis Lingkungan Eksternal.....	31
2.7. Pengertian MDTI .....	33
2.8. Teknik Penyusunan Matriks.....	36
2.8.1. Identifikasi Variabel.....	37
2.8.2. Pemilihan Variabel Eksternal.....	39
2.8.3. Pemilihan Variabel Internal .....	45
2.8.4. Penentuan Posisi Bisnis.....	47
2.8.5. Prediksi Variabel Eksternal dan Internal.....	48
2.8.6. Prakiraan Kecenderungan Variabel Eksternal .....	49
2.8.7. Prakiraan Nilai Variabel Internal .....	51

2.8.8. Prakiraan Posisi Bisnis.....	53
<b>BAB III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....</b>	<b>46</b>
3.1. Sejarah Berdirinya Perusahaan.....	46
3.2. Letak Geografis.....	49
3.3. Struktur Organisasi dan Personalia .....	50
3.3.1. Struktur Organisasi.....	50
3.3.2. Personalia .....	52
3.3.3. Sistem Pengupahan, Kompensasi dan Jaminan Sosial.....	53
3.4. Produksi Perusahaan.....	60
3.4.1. Hasil Produksi .....	60
3.4.2. Bahan yang dipakai .....	61
3.4.3. Proses Produksi .....	61
3.5. Pemasaran .....	64
3.5.1. Daerah Pemasaran.....	64
3.5.2. Promosi Penjualan.....	64
3.5.3. Saluran Distribusi .....	65
3.5.4. Strategi Harga.....	65
<b>BAB IV. ANALISA DATA .....</b>	<b>66</b>
4.1. Analisa SWOT.....	66
4.1.1. Analisa SWOT Percetakan CV. Graha.....	67
4.1.1.1. Identifikasi Variabel Internal.....	67
a. Kekuatan Perusahaan .....	67

b. Kelemahan Perusahaan .....	70
4.1.1.2. Identifikasi Variabel Eksternal .....	71
a. Peluang Perusahaan .....	72
b. Ancaman Perusahaan .....	73
4.1.2. Analisa SWOT Percetakan Prima Grafika .....	75
4.1.2.1. Identifikasi Variabel Internal .....	75
a. Kekuatan Perusahaan .....	75
b. Kelemahan Perusahaan .....	77
4.1.2.2. Identifikasi Variabel Eksternal .....	79
a. Peluang Perusahaan .....	79
b. Ancaman Perusahaan .....	80
4.1.3. Analisa SWOT Percetakan Perdana .....	82
4.1.3.1. Identifikasi Variabel Internal .....	82
a. Kekuatan Perusahaan .....	82
b. Kelemahan Perusahaan .....	83
4.1.3.2. Identifikasi Variabel Eksternal .....	86
a. Peluang Perusahaan .....	86
b. Ancaman Perusahaan .....	86
4.2. Analisa Matrik Daya Tarik Industri (MDTI) .....	88
4.2.1. Positioning pada Percetakan CV. Graha .....	88
4.2.2. Positioning pada Percetakan Prima Grafika .....	91
4.2.3. Positioning pada Percetakan Perdana .....	93
4.3. Posisi Percetakan CV. Graha dalam Industri	

Percetakan di Klaten.....	96
4.4. Strategi Pemasaran.....	98
<b>BAB V. KESIMPULAN</b> .....	101
5.1. Kesimpulan.....	101
5.2. Saran .....	102

**DAFTAR KEPUSTAKAAN**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. Tabel 2.1. Prosedur Penyusunan MDTI .....	37
2. Tabel 2.2. Indikator Variabel Eksternal dan Internal .....	40
3. Tabel 2.3. Indikator variabel Eksternal .....	41
4. Tabel 2.4. Nilai Tertimbang Variabel Eksternal .....	43
5. Tabel 2.5. Nilai Tertimbang Variabel Internal .....	46
6. Tabel 2.6. Prakiran Kecenderungan Variabel Eksternal .....	50
7. Tabel 2.7. Prakiran Kecenderungan Variabel Internal .....	51
8. Tabel 3.1. Jadwal Kerja Perusahaan CV. Graha .....	53
9. Tabel 4.1. Faktor Internal CV. Graha .....	67
10. Tabel 4.2. Faktor Eksternal CV. Graha .....	71
11. Tabel 4.3. Faktor Internal Prima Grafika .....	75
12. Tabel 4.4. Faktor Eksternal Prima Grafika .....	79
13. Tabel 4.5. Faktor Internal Perdana .....	82
14. Tabel 4.6. Faktor Eksternal Perdana .....	86
15. Tabel 4.7. Nilai Tertimbang Variabel Internal CV. Graha .....	89
16. Tabel 4.8. Nilai Tertimbang Variabel Eksternal CV. Graha .....	89
17. Tabel 4.9. Nilai Tertimbang Variabel Internet Prima Grafika .....	91
18. Tabel 4.10. Nilai Tertimbang Variabel Eksternal Prima Grafika .....	92
19. Tabel 4.11. Nilai Tertimbang Variabel Internal Perdana .....	94
20. Tabel 4.12. Nilai Tertimbang Variabel Eksternal Perdana .....	94

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1. Gambar 1.1. Matrik Daya Tarik Industri.....	12
2. Gambar 1.2 Nilai Tertimbang Variabel Eksternal.....	12
3. Gambar 1.3 Matrik Daya Tarik Industri.....	13
4. Gambar 2.1 Matriks Daya Tarik Industri.....	34
5. Gambar 2.2 Prakiraan Posisi Bisnis 1995.....	48
6. Gambar 2.3 Prakiraan Posisi Bisnis 1995.....	54
7. Gambar 3.1. Struktur Organisasi CV. Graha.....	50
8. Gambar 3.2. Proses Produksi CV. Graha.....	62
9. Gambar 4.1. Posisi Bisnis CV. Graha.....	90
10. Gambar 4.2. Posisi Bisnis Prima Grafika.....	93
11. Gambar 4.3. Posisi Bisnis Perdana.....	95
12. Gambar 4.4. Posisi Bisnis masing-masing Percetakan Tahun 1999.....	96