

# ANALISIS SWOT DALAM MENERAPKAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA HOME INDUSTRI MIE TRIPLE 8 DI KABUPATEN MALANG

*by* Vibrianti Widiyanti

---

**Submission date:** 19-Mar-2020 12:05PM (UTC+0800)

**Submission ID:** 1277961422

**File name:** UALAN\_PADA\_HOME\_INDUSTRI\_MIE\_TRIPLE\_8\_DI\_KABUPATEN\_MALANG-1.docx (71.83K)

**Word count:** 1079

**Character count:** 7035

ANALISIS SWOT DALAM MENERAPKAN STRATEGI  
PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA  
HOME INDUSTRI MIE TRIPLE 8 DI KABUPATEN MALANG

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

MANAJEMEN



OLEH :

VIBRIANTI WIDIANTUTI

NIM. 2016120188

UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI

FAKULTAS EKONOMI

MALANG

2020

**1**  
**ANALISIS SWOT DALAM MENERAPKAN STRATEGI PEMASARAN  
UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA HOME INDUSTRI MIE  
TRIPLE 8 DI KABUPATEN MALANG**

**Vibrianti Widiyanti<sup>1</sup>, Cakti Indra Gunawan<sup>2</sup>, Imam Hidayat<sup>3</sup>**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi  
Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang 2020  
Email: vibriantiwidiyanti98@gmail.com

**10**  
**RINGKASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dalam menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada Home Industri Mie Triple 8 di Kabupaten Malang, untuk mengetahui faktor eksternal dalam menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada Home Industri Mie Triple 8 di Kabupaten Malang dan untuk mengetahui strategi yang tepat melalui analisis SWOT agar dapat meningkatkan penjualan pada Home Industri Mie Triple 8 di Kabupaten Malang. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti ialah melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi tepat yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan pada Home Industri Mie Triple 8 di Kabupaten Malang adalah: Strategi SO: selalu memberikan pelayanan yang baik pada konsumen agar tetap percaya pada produk yang ditawarkan, mempertahankan hubungan baik kepada konsumen, mempertahankan hubungan dengan pemasok bahan baku. Strategi WO: meningkatkan promosi pada Home Industri Mie Triple 8, menambah jenis produk mie yang ada pada Home Industri Mie Triple 8, menambah cabang Home Industri Mie Triple 8, dan membuat catatan keuangan menggunakan teknologi. Strategi ST: menetapkan harga produk yang mampu bersaing dipasaran dan meningkatkan kualitas produk. Strategi WT: melakukan kerjasama dengan pihak yang akan mendukung usaha ini dan menambah mesin produksi.

**12**  
**Kata Kunci: Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Penjualan, Home Industri  
Mie Triple 8, Kabupaten Malang**

## PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan pemasaran terus meningkat, dengan adanya indikator sudah banyak pelaku usaha yang juga menjalankan usaha yang bergerak di bidang produksi produk mie. Gunawan, Mukoffi, Sumarno dan Sulistyowati (2018) menegaskan bahwa persaingan di semua lini usaha semakin ketat, sesuai dengan tuntutan IT (Informasi dan Teknologi). Adapun berdasarkan teori Charles (2010:9) mengatakan bahwa strategi adalah keseluruhan dari sebuah konsep bagaimana perusahaan dapat mengatur sendiri perusahaannya dan semua kegiatan memiliki tujuan agar bisnis yang sedang dijalankan dapat berhasil, dapat melakukan persaingan, dan juga melakukan imbal hasil kepada pemegang saham. Berdasarkan teori Hery (2019:3), pemasaran sangat berhubungan erat dengan menentukan dan memenuhi suatu kebutuhan orang-orang dan untuk konsumen yang ada.

Strategi pemasaran sangat dibutuhkan pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Strategi pemasaran merupakan suatu rencana yang menjelaskan harapan dari perusahaan dengan dampak dari aktivitas pemasaran yang mana adanya permintaan produk di suatu pasar tertentu (Tjiptono, 2012:193). Strategi pemasaran yang tepat sangat dibutuhkan dalam menjalankan setiap usaha. Hal ini mengingat bahwa semakin banyaknya persaingan bisnis. Oleh karena itu setiap pelaku usaha harus mampu mengetahui pangsa pasar yang tepat saat menawarkan produk agar dapat diterima oleh masyarakat. Jika

pangsa pasar jelas maka akan mempermudah perusahaan untuk menawarkan barangnya kepada konsumen (Buswari dan Gunawan, 2016:36). Karena tujuan dari adanya suatu usaha ialah ingin mencapai keberhasilan dengan meningkatkan penjualan yang akan menghasilkan laba usahanya. Berdasarkan teori Simamora (2004:132) mengatakan penjualan merupakan pendapatan yang sudah ada dalam suatu perusahaan dan dapat dikatakan bahwa adanya jumlah kotor yang dibebankan kepada konsumen atas suatu produk. Setiap perusahaan akan membuat produk dan kemudian menjual produk tersebut kepada konsumen dengan menampilkan produk, harga, tempat dan juga melalui promosi, sesuai dengan strategi pemasaran dan menyesuaikan dengan era Informasi dan Teknologi (Gunawan, Mukoffi dan Handayanto, 2017:21).

Berdasarkan teori Gunawan (2016:75), promosi merupakan sarana yang sangat penting guna menyebarluaskan produk usaha yang dimiliki oleh pengusaha kecil menengah. Dengan itu promosi harus dapat dilakukan dalam setiap usaha. Berdasarkan teori Rangkuti (2014:22) mengatakan bahwa analisis SWOT merupakan alat bantu untuk menentukan adanya keadaan internal dan keadaan eksternal dengan maksud agar setiap usaha mampu membuat strategi yang tepat sesuai dengan rencana yang ada. Dengan mengetahui faktor-faktor tersebut usaha Home Industri Mie Triple 8 dapat menggunakan strategi alternatif yang tepat agar dapat meningkatkan penjualan dan mampu bersaing dalam dunia bisnis. Home Industri ini berlokasi di Perumahan Villa Sengkaling Blok R1 di Kabupaten Malang yang

baru berdiri tahun 2016. Home Industri ini menjual mie yang biasanya dikirim ke outlet-outlet mie setan di Malang maupun luar Malang. Namun demikian Home Industri ini masih mengalami permasalahan strategi pemasaran.

Dengan adanya penjelasan dari latar belakang di atas, peneliti akan melakukan penelitian tentang analisis SWOT dalam menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Sehingga peneliti memilih judul “Analisis SWOT Dalam Menerapkan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Home Industri Mie Triple 8 di Kabupaten Malang”

## 1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus menganalisis faktor internal dalam menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada Home Industri Mie Triple 8 di Kabupaten Malang, menganalisis faktor eksternal dalam menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada Home Industri Mie Triple 8 di Kabupaten Malang dan menganalisis strategi yang tepat melalui analisis SWOT agar dapat meningkatkan penjualan pada Home Industri Mie Triple 8 di Kabupaten Malang.

### <sup>3</sup> 1.3 Rumusan Masalah

Dengan adanya penelitian ini, maka peneliti menentukan rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana faktor internal dalam menerapkan <sup>1</sup> strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada Home Industri Mie Triple 8 di Kabupaten Malang?
2. Bagaimana faktor eksternal dalam menerapkan <sup>1</sup> strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada Home Industri Mie Triple 8 di Kabupaten Malang?
3. Bagaimana <sup>1</sup> strategi yang tepat melalui analisis SWOT agar dapat meningkatkan penjualan pada Home Industri Mie Triple 8 di Kabupaten Malang?

### <sup>5</sup> 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ada dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor internal dalam menerapkan <sup>3</sup> strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada Home Industri Mie Triple 8 di Kabupaten Malang.
2. Untuk mengetahui faktor eksternal dalam menerapkan <sup>3</sup> strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada Home Industri Mie Triple 8 di Kabupaten Malang.
3. Untuk mengetahui strategi yang tepat melalui analisis SWOT agar dapat meningkatkan penjualan pada Home Industri Mie Triple 8 di Kabupaten Malang.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

### 1. Bagi Peneliti

Memperoleh wawasan tentang dunia usaha dan mendapatkan ilmu pengetahuan tentang analisis SWOT dalam menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan.

### 2. Bagi Pelaku Usaha Home Industri

Dengan adanya penelitian ini peneliti dapat memberikan saran-saran positif bagi pelaku Home Industri mengenai analisis SWOT dalam menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan.

### 3. Bagi Universitas

Dari hasil penelitian ini dapat menjadi acuan untuk generasi yang akan datang dan memperluas wawasan dalam keterampilan mahasiswa di dunia bisnis.

### 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini sebagai sumber bagi penelitian selanjutnya yang mengarah pada analisis SWOT dalam menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan.

# ANALISIS SWOT DALAM MENERAPKAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA HOME INDUSTRI MIE TRIPLE 8 DI KABUPATEN MALANG

## ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

16%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	6%
2	garuda.ristekdikti.go.id Internet Source	3%
3	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	2%
4	text-id.123dok.com Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Brawijaya Student Paper	1%
6	ekosaputrauchiha.blogspot.com Internet Source	1%
7	www.scribd.com Internet Source	1%
8	jurnalmahasiswa.unesa.ac.id Internet Source	1%

9	<b>koperasimahasiswa.com</b> Internet Source	1%
10	<b>id.scribd.com</b> Internet Source	1%
11	<b>Submitted to Unika Soegijapranata</b> Student Paper	1%
12	<b>Submitted to Universitas Negeri Jakarta</b> Student Paper	1%
13	<b>Submitted to Universitas Islam Malang</b> Student Paper	1%

Exclude quotes  On

Exclude matches  Off

Exclude bibliography  On

# ANALISIS SWOT DALAM MENERAPKAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA HOME INDUSTRI MIE TRIPLE 8 DI KABUPATEN MALANG

---

## GRADEMARK REPORT

---

FINAL GRADE

**/0**

GENERAL COMMENTS

**Instructor**

---

PAGE 1

---

PAGE 2

---

PAGE 3

---

PAGE 4

---

PAGE 5

---

PAGE 6

---

PAGE 7

---