

**PENERAPAN ANALISIS SWOT SEBAGAI LANDASAN MERUMUSKAN
STRATEGI PEMASARAN USAHA JASA LAUNDRY “O-BIEN
LAUNDRY”**

(Studi Kasus Pada O-Bien Laundry Yang Di Jalan Jatinangor Kab.
Sumedang Jawa Barat)

SKRIPSI

Disusun Oleh :

Onimus Manibuy

C1150325

Dosen Pembimbing :

H. Dindin Burhanudin, SE., M.Sc



IKOPIN

KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA

2019

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENERAPAN ANALISIS SWOT SEBAGAI LANDASAN
MERUMUSKAN STRATEGI PEMASARAN USAHA
JASA LAUNDRY "O-BIEN LAUNDRY"
(Studi Kasus Pada O-Bien Laundry Jatinangor Kab.
Sumedang Jawa Barat)

Nama : Onimus Manibuy

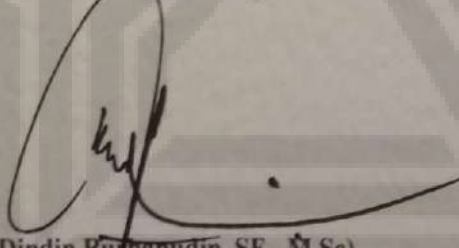
Nomor Pokok : C1150325

Fakultas : Manajemen

Kosentrasi : Manajemen Pemasaran

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Dosen Pembimbing



(H. Dindin Burhanudin, SE., M.Sc)

Direktur Program Studi

Manajemen S1



(Dr. P. Gijanto Purbo Suseno., Drs., M.Sc)

RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir pada tanggal 09 September 1997 di Bintuni, Papua Barat. Merupakan anak kedua dari Keluarga Bapak Yonadap Manibuy dan Ibu Sofiyatun.

Pendidikan yang telah ditempuh penulis diantaranya:

1. Tahun 2003 lulus dari TK Alkhairaat, Kabupaten Teluk Bintuni, Papua Barat.
2. Tahun 2009 lulus dari SD Impres Manimeri V, Kabupaten Teluk Bintuni Papua Barat;
3. Tahun 2012 lulus dari SMP Negeri 2 Bintuni, Kabupaten Teluk Bintuni, Papua Barat.
4. Tahun 2015 lulus dari SMK Negeri 1 Bintuni, Kabupaten Teluk Bintuni, Papua Barat.

Tahun 2015 penulis tercatat sebagai mahasiswa Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN). Selama di IKOPIN penulis mengikuti beberapa kegiatan, diantaranya:

1. Anggota Daarul Ikhwan Ikopin (DKM) (Manajer Rumah Tangga Masjid) periode 2016-2017.
2. Anggota Badan Eksekutif Mahasiswa Ikopin (BEM) pada periode 2017-2018.
3. Anggota Ikopin Badminton Club pada periode 2016-2017.

ABSTRACT

Onimus Manibuy, C1150325, **SWOT Analysis Implementation as Basis for Formulating O-Bien Laundry Services Business Marketing Strategy**, case study on O-Bien Laundry Business Unit Jatinangor, Sumedang, West Java, under the guidance of H. Dindin Burhanudin, SE., M.Sc.

This research began with the O-Bien Laundry Service Business. Where O-Bien Laundry sells services with the usual sales without the target set by O-Bien Laundry, the marketing strategy used by O-Bien Laundry in marketing service products in order to achieve the purpose of O-Bien Laundry.

Referring to this, the authors are interested in designing a marketing strategy with the aim of knowing how to implement the marketing strategy carried out by O-Bien Laundry, to find out the strengths, weaknesses, opportunities and threats of O-Bien Laundry. as well as a marketing strategy design that should be used by O-Bien Laundry to determine the marketing strategy used by O-Bien Laundry.

The research was conducted using SWOT analysis. SWOT analysis is the systematic identification of factors to formulate a company's strategy. This research uses a simple random sampling. Thus the sample can be taken arbitrarily (randomly) and carried out by lottery like a lottery to obtain a sample, with the number of samples taken is less than 68 people. The population in this research were 3 managers, 2 people washing parts or washing operators.

Based on research results obtained that the strategy that should be used by O-Bien Laundry is an aggressive strategy or (growth oriented strategy) has a very large opportunity, expanding the market, and O-Bien Laundry is more aggressively seeking new customers.

KATA PENGANTAR

Segala Puji bagi Allah Tuhan Semesta Alam yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, serta kasih sayang yang tak terhenti-henti dan juga taufik dan hidayah berupa nikmat iman, islam dan ihsan. Tiada kehormatan dan kemuliaan kecuali dari engkau wahai Allah pemilik alam semesta. Mengangkat derajat siapa pun yang engkau kehendaki. Shalawat dan salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada kekasih Allah yaitu Nabi Muhamamd SAW, keluarganya, sahabatnya, dan para pengikutnya hingga akhir zaman, begitu pula dengan kita, mudah-mudahan kita diberi keistiqomahan dalam memperjuangkan jalan dakwah ini. Amin.

Aku bersaksi bahwa Nabi Muhammad SAW. Hamba dan utusan-Nya yang tercinta, sosok yang paling utama diantara seluruh mahluk. Beliau dimuliakan dengan Al-Quran yang merupakan mukjizat serta sunah yang menjadi pembimbing bagi umat manusia. Rahmat dan keselamatan Allah semoga selalu dilimpahkan kepada seluruh nabi dan rasul, kepada para keluarga, dan para salihin.

Alhamdulillah puji dan syukur senantiasa dipanjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam mengerjakan skripsi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Penerapan Analisis SWOT Sebagai Landasan Merumuskan Strategi Pemasaran Strategi PemasaranUsaha Jasa O-Bien Laundry”.

Adapun disusunnya skripsi ini sebagai suatu tugas akhir dalam rangka meraih gelar Sarjana Manajemen pada Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN). Skripsi ini boleh dapat terselesaikan tidak lepas dari dukungan, bantuan, serta motivasi dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Ibu, Ayah, Nenek, Kakek, Adek dan seluruh keluarga yang telah memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan, dan materi, terutama untuk doa yang selalu mengikuti kemanapun saya berada hingga saat ini.
2. H. Dindin Burhanudin, SE., M.Sc, selaku Dosen Pembimbing baik hati yang telah berjasa membantu penulis, memberikan arahan, bimbingan dan motivasi, dalam penulisan skripsi ini. *You're the best, pak!*
3. Ir. Nanik Risnawati, M. Si selaku Dosen Penelaah Konsentrasi.
4. H. Shofwan Azhar selaku Dosen Penelaah Koperasi.
5. Drs. Gijanto Purbo, SE., M.Sc, dan H. Shofwan Azhar, Drs., M.Sc dan Dra. Ucu Nurwati, M.Si, dosen terfavorit yang menjadi alasan bagi penulis untuk memilih konsentrasi pemasaran. ILY Pak.
6. Pengurus O-Bien Laundry yang telah mengizinkan dan membantu penulis melakukan penelitian, serta telah memberikan dukungan selama dalam proses penulisan skripsi.
7. Untuk sahabat-sahabatku yang telah membantuku dalam doa dan senantiasa mendengarkan keluh kesah, mudah-mudahan Allah Swt membalas semua kebaikan kalian sahabatku tercinta.

8. Teman-teman Daaril Ikhwan IKOPIN (DKM) yang menjadi pengisi hari-hari selama masa kuliah dari awal kuliah sampai saat ini. Semoga kita bisa tetap berteman walaupun waktu akan memisahkan kita. Semoga kita semua di pertemukan di syurga kelak nanti Amiin.
9. Teman-teman kelas Marketing yang selalu kompak dalam segala hal meskipun jumlahnya tidak sebanyak konsentrasi lain.
10. Kepada pendampin mahasiswa khusus Bintuni yang senantiasa memberikan support agar penulis cepat menyelesaikan skripsi ini, terutama kepada kak Rilda dan kak Indra.
11. Semua pihak yang namanya tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan, doa dan bantuan yang telah diberikan pada penulis selama ini.
12. Firman yang selama ini telah memberikan dukungan dan kesabaran serta menemani penulis dalam masa-masa sulit ketika mengerjakan skripsi ini.

Jatinangor, Juli 2019

Penulis

IKOPIN

DAFTAR ISI

	Halaman
RIWAYA HIDUP	i
ABTRACT	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBATR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	9
1.2.1 Maksud Penelitian.....	9
1.3.2 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Perkembangan Ilmu Pengetahuan	9
1.4.2 Aspek Guna Laksana	10
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	11
2.1 Pendekatan Masalah.....	11
2.1.1 Pendekatan Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 Pendekatan Strategi Pemasaran.....	27
2.1.3 Strategi Marketing (MIX)	33
2.1.4 Usaha Jasa.....	38
2.1.5 Pendekatan Analisis SWOT.....	41
2.1.6 Model Analisis SWOT.....	43
2.1.7 Matriks SWOT.....	45
2.1.8 Pembuatan Matriks SWOT.....	47
2.2 Metode Penelitian.....	55

2.2.1	Metode Penelitian yang Digunakan.....	55
2.2.2	Data Yang Diperlukan.....	55
2.2.3	Sumber Data Dan Cara Menentukannya.....	56
2.2.4	Teknik Pengumpulan Data.....	56
2.2.5	Populasi dan Sampel Penelitian.....	57
2.2.6	Operasional Variabel.....	59
2.2.7	Kerangka Berfikir.....	61
2.2.8	Rancangan Analisis Data.....	61
2.2.9	Tempat Penelitian.....	67
2.2.1	Jadwal Penelitian.....	68
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN		69
3.1	Keadaan Umum Organisasi.....	69
3.1.1	Sejarah Berdirinya O-Bien Laundry.....	69
3.1.2	Lokasi	69
3.1.3	Struktur Organisasi O-Bien Laundry.....	69
3.2	SDM.....	72
3.3	Aspek Produksi.....	74
3.4	Aspek Promosi.....	75
3.4.1	Strategi Pemasaran O-Bien Laundry.....	75
3.4.2	Alat Promosi Yang Di Gunakan O-Bien Laundry.....	77
3.5	Aspek Keuangan.....	77
3.5.1	Unit Usaha O-Bien Laundry.....	77
3.5.2	Rekapitulasi Perkembangan Usaha.....	81
3.5.3	Keadaan Keuangan O-Bien Laundry.....	82
3.5.4	Sisa Hasil Usaha.....	86
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		88
4.1	Pelaksanaan Strategi Pemasaran.....	88
4.2	Faktor Internal Dan Eksternal Fungsi Strategi Pemasaran.....	91
4.2.1	Faktor Lingkungan Internal	91
4.2.2	Faktor Lingkungan Eksternal.....	93

4.2.3 Analisis SWOT.....	96
4.2.4 Posisi Matriks (Grand Strategi) O-Bien Laundry.....	100
4.3 Bagaimana strategi pemasaran yang sebaiknya digunakan O-Bien Laundry untuk memasarkan produk jasa yang diberikan kepada konsumen.....	101
BAB V SIMPILAN DAN SARAN	105
5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	107
Lampiran Kuisisioner	109



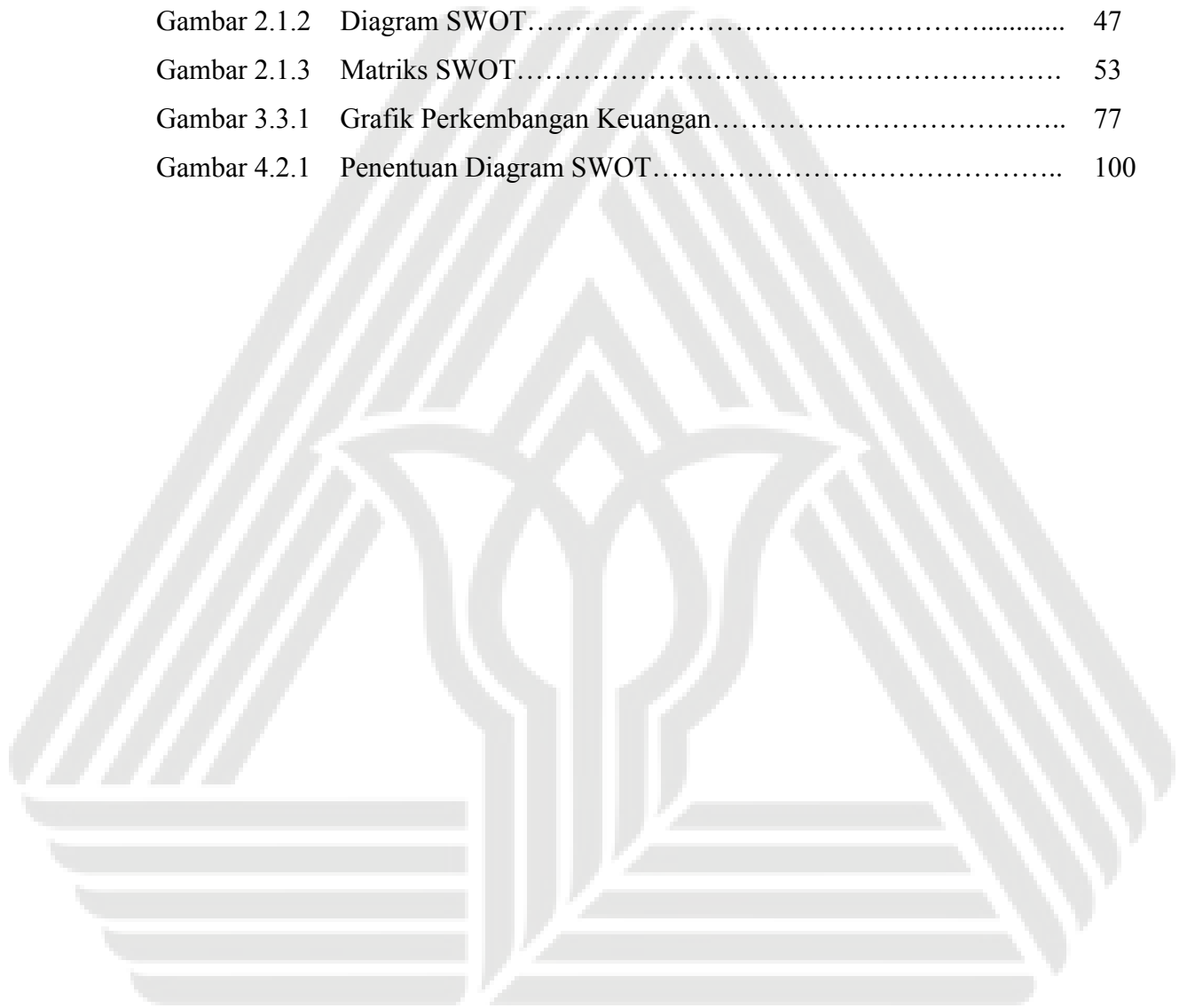
IKOPIN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Jumlah Pengguna jasa O-Bien Laundry Periode Agustus-Desember 2018.....	6
Tabel 1.2	Data Perkembangan Usaha jasa O-Bien Laundry Periode Agustus-Desember 2018.....	6
Tabel 2.2.1	Operasioanal Variabel.....	59
Tabel 2.2.2	Contoh pengisian point SWOT menurut metode EFAS.....	62
Tabel 2.2.3	Contoh pengisian point SWOT menurut metode IFAS.....	64
Tabel 2.2.4	Contoh pengisian point SWOT menurut metode Matrix SWOT.....	65
Tabel 3.3.1	Perkembangan Usaha (Agustus-Desember 2018).....	80
Tabel 3.3.2	Standar Pengukuran Rasio Likuiditas.....	82
Tabel 3.3.3	Rasio Likuiditas O-Bien Laundry.....	82
Tabel 3.3.4	Standar Pengukuran Rasio Solvabilitas	83
Tabel 3.3.5	Rasio Solvabilitas O-Bien Laundry 2018.....	83
Tabel 3.3.6	Standar Pengukuran Rasio Net Profit Magin.....	84
Tabel 3.3.7	Rasio Net Profit Margin O-Bien Laundry.....	85
Tabel 3.3.8	Perkembangan Laba Bersih O-Bien Laundry Pada Tahun 2018	86
Tabel 4.2.1	Strategi Advance Profit (SAP) O-Bien Laundry.....	90
Tabel 4.2.2	Faktor Strategi Eksternal.....	93
Tabel 4.2.3	Matriks SWOT Faktor Strategi Internal O-Bien Laundry.....	96
Tabel 4.2.4	Matriks SWOT Faktor Strategi Eksternal O-Bien Laundry.....	97
Tabel 4.2.5	Matriks Space Analisis.....	98
Tabel 4.3.1	Matriks SWOT.....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.2	Diagram SWOT.....	47
Gambar 2.1.3	Matriks SWOT.....	53
Gambar 3.3.1	Grafik Perkembangan Keuangan.....	77
Gambar 4.2.1	Penentuan Diagram SWOT.....	100



IKOPIN