

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
PERUSAHAAN KERAJINAN KULIT SEAGA
DI MANDING BANTUL**

SKRIPSI



Ditulis oleh

Nama : Eko Gatot Apriyanto
Nomor Mahasiswa : 00311115
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA**

2004

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
PERUSAHAAN KERAJINAN KULIT SEAGA
DI MANDING BANTUL**

SKRIPSI

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



oleh

Nama : Eko Gatot Apriyanto
Nomor Mahasiswa : 00311115
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

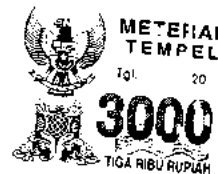
**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2004**

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

Yogyakarta, September 2004

Penulis,



Eko Gatot Apriyanto

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
PERUSAHAAN KERAJINAN KULIT SEAGA
DI MANDING BANTUL**

Nama : Eko Gatot Apriyanto
Nomor Mahasiswa : 00311115
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, September 2004
Telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Moch. Nasito', followed by a horizontal line.

Drs. Moch. Nasito, MM

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

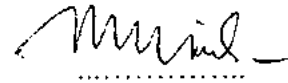
SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PERUSAHAAN KERAJINAN KULIT
SEAGA DI MANDING BANTUL**

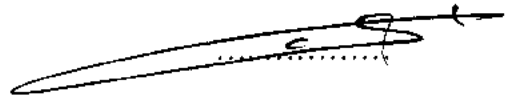
Disusun Oleh: EKO GATOT APRIYANTO
Nomor mahasiswa: 00311115

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 1 November 2004

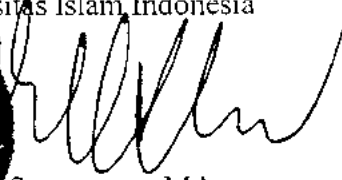
Penguji/Pemb. Skripsi: Drs. Moch. Nasito, MM



Penguji : Drs. Albari, M.Si



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Suwarsono, MA

ABSTRAK

Yogyakarta terkenal dengan kota budaya sehingga terdapat banyak usaha kerajinan. Kerajinan kulit merupakan salah satu yang terkenal di daerah Manding Bantul. Daerah ini telah lama menjadi sentra industri rumah tangga kerajinan kulit yang berkualitas. Perusahaan Kerajinan Kulit Seaga merupakan salah satu kerajinan kulit terbesar di Manding. Perusahaan harus menetapkan strategi untuk dapat bertahan di lingkungan yang tidak menentu dan mampu menghadapi pesaingnya. Maka dari itu penulis mengambil judul “Analisis Strategi Pemasaran Perusahaan Kerajinan Kulit Seaga di Manding Bantul”.

Penelitian ini untuk mengetahui posisi pasar dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang terdapat pada perusahaan kerajinan kulit Seaga sehingga dapat ditemukan alternatif strategi bagi perusahaan. Dalam penelitian ini digunakan analisis deskriptif sebagai pelengkap dari analisis MDTI dan analisis SWOT.

Dalam analisis MDTI dilakukan identifikasi variabel internal dan eksternal untuk menentukan posisi pasar perusahaan. Matrik SWOT memberikan alternatif strategi secara lebih detail dan jelas bagi perusahaan.

Dari hasil penelitian diperoleh nilai tertimbang variabel eksternal 2,914 dan variabel internal 3,342 sehingga posisi pasar perusahaan pada sel selektif (medium) dalam MDTI, dengan implikasi strategi tumbuh berdasar segmen pasar, spesialisasi dan investasi selektif. Sedangkan dari analisis SWOT memberi alternatif strategi sebagai berikut : strategi SO, menggunakan kekuatan perusahaan untuk memanfaatkan peluang; strategi WO, memanfaatkan peluang dengan mengatasi kelemahan; strategi ST, perusahaan menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman; strategi WT, meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman.

Dari hasil analisis diperoleh grand strategy yaitu untuk tumbuh berdasar segmen pasar, perusahaan dapat fokus pada segmen tertentu dan meningkatkan promosi. Investasi selektif dengan tetap melakukan differensiasi dan defersifikasi produk. Spesialisasi dilakukan dengan peningkatan SDM agar dapat meningkatkan kualitas produk.

MOTTO

"Hai anakku, dirikanlah shalat dan suruhlah (manusia) mengerjakan yang baik dan cegahlah (mereka) dari perbuatan yang mungkar dan bersabarlah terhadap apa yang menimpa kamu...." (Qs. Luqman : 17).

"Peliharalah dirimu dari neraka yang bahan bakarnya dari manusia dan batu yang disediakan bagi orang-orang kafir". (Qs. Al Baqarah : 24).

"...Allah meninggikan orang yang beriman diantara kamu dan orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat...". (Qs. Mujaadilah : 11)

"Barang siapa menempuh suatu jalan untuk menuntut ilmu, niscaya Allah memudahkan baginya dengan (ilmu) itu jalan menuju surga". (HR. Muslim)

"Barang siapa diantara kalian melihat suatu kemungkaran, maka hendaklah ia mengubah kemungkaran itu dengan tangannya, jika ia tidak mampu maka dengan lisannya, jika ia tidak mampu (pula) maka dengan hatinya dan itu adalah selemah-lemahnya iman". (HR. Muslim)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini aku persembahkan untuk:

- *Ibu dan Bapakku yang telah memberikan kasih sayang dan segalanya untukku.*
- *Adikku Wisnu, aku sayang kamu.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan segala anugerah serta karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Perusahaan Kerajinan Kulit Seaga di Manding Bantul” sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata I Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis menghaturkan rasa hormat yang mendalam dan rasa terimakasih kepada :

1. Bapak Drs. Moch. Nasito, MM selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan petunjuk hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. H. Suwarsono Muhammad, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Siti Galwati selaku pemilik Perusahaan Kerajinan Kulit Seaga yang telah mengijinkan perusahaan yang dipimpinnya sebagai tempat melakukan penelitian dalam penulisan skripsi ini, dan semua staff dan karyawan perusahaan Kerajinan Kulit Seaga.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang dengan penuh pengabdian telah memberikan ilmu dan pengetahuan.
5. Segenap karyawan Universitas Islam Indonesia, terimakasih atas kerjasamanya.
6. Kedua orang tuaku, Bapak A. Haryadi dan Ibu Sri Sunarmi yang telah memberikan kasih sayang, semangat, dan doa setiap waktu.
7. Adikku, Wisnu atas bantuan dan dorongan sekaligus gangguannya kepadaku.

8. Keluarga besar Eyang Siswodiharja, dan semua saudara-saudaraku, khususnya mas Guntur, Lek Ani, Yuliana dan lainnya yang telah memberikan doa dan dukungannya.
9. Keluarga Lek Narjo atas segala bantuan dan nasehatnya.
10. Bapak Kuadi dan sekeluarga, terimakasih telah menampung selama 4 tahun ini dan menjadi "orang tua kedua".
11. Teman-teman Archopodo Camp : Meris (gendhut) + Prita, Totok + Anjar, Danang (pak kyai), Azis (pak parno), Reza, Adit (papah) + Betty (mamah), Yono (bang ion) + Yuni, Yan (jinto) terimakasih atas kebersamaan kita selama ini, *remember what have we done togeter and keep funny. I'll miss you all!*
12. Teman-teman Manajemen 00 semua, terimakasih atas persahabatan kita.
13. Temanku Emma yang telah membantu dalam pengetikan skripsi ini.
14. Ranti, *thankx for everything*, Aku sayang kamu.....!!!
15. Si Biru AD 3032 HT, yang telah setia menemani kemana aku pergi dalam hujan dan panas..tapi dirimu bores sekali...

Serta kepada semua pihak yang telah membantu dan tidak sempat disebutkan satu persatu, semoga Allah SWT memberikan balasan rahmat dan anugerahNya....Amin!

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, September 2004

DAFTAR ISI

	Hal
Halaman Judul.....	i
Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Pengesahan Ujian.....	iv
Abstrak.....	v
Halaman Motto.....	vi
Halaman Persembahan.....	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Landasan Teori.....	7
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	7
2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2.2.3 Konsep Pemasaran.....	9
2.2.4 Lingkungan Pemasaran.....	12
2.2.5 Pengertian Strategi.....	13
2.2.6 Perencanaan Strategi Pemasaran.....	15
2.2.7 Memilih Strategi Pemasaran.....	16
2.2.8 Pengembangan Strategi Pemasaran.....	17
2.2.9 Strategi Marketing Mix.....	18
2.2.9.1 Produk.....	18
2.2.9.2 Harga.....	20
2.2.9.3 Promosi.....	20
2.2.9.4 Saluran Distribusi.....	21
2.2.10 Strategi Pemasaran Dalam Tahapan P.I.C.....	23
2.2.11 Strategi Pasar.....	27
2.2.12 Analisis Struktur Industri.....	30
2.2.13 Matrik Daya Tarik Industri dan SWOT.....	32
2.2.13.1 Matrik Daya Tarik Industri.....	32
2.2.13.2 SWOT.....	34

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	35
3.2	Tujuan Umum Perusahaan.....	37
3.3	Letak Geografis Perusahaan.....	37
3.4	Struktur Organisasi Perusahaan.....	40
3.5	Personalia.....	43
3.6	Produksi.....	44
3.7	Bahan Baku.....	45
3.8	Peralatan Produksi.....	46
3.9	Proses Produksi.....	47
3.10	Daerah Pemasaran.....	49
3.11	Metode Pengumpulan Data.....	50
3.12	Analisis Data.....	51
3.12.1	Analisis Kualitatif.....	51
3.12.2	Matrik Daya Tarik Industri.....	53
3.12.3	SWOT.....	60

BAB IV ANALISIS DATA

4.1	Analisis Kualitatif.....	63
4.1.1	Analisis Bauran Pemasaran.....	63
4.1.1.1	Produk.....	63
4.1.1.2	Harga.....	64

4.1.1.3 Promosi.....	66
4.1.1.4 Saluran Distribusi.....	66
4.1.2 Analisis Strategi Pemasaran Dalam Tahapan PLC.....	71
4.1.3 Analisis Strategi Pasar.....	75
4.1.4 Analisis Struktur Industri.....	76
4.2 Metode Analisis Kuantitatif.....	81
4.2.1 Analisis Matrik Daya Tarik Industri.....	81
4.2.1.1 Indikator Variabel Internal dan Eksternal.....	81
4.2.1.2 Penilaian Variabel Internal dan Eksternal.....	82
4.2.1.3 Penentuan Posisi Bisnis.....	93
4.2.1.4 Implikasi Strategis.....	96
4.2.2 Analisis Matrik SWOT.....	97
4.2.3 Grand Strategy.....	101

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	103
5.2 Saran.....	110

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Hal
3.1 Variabel Eksternal.....	57
3.2 Variabel Internal.....	58
4.1 Hasil Penjualan Perusahaan Kerajinan Kulit Seaga.....	64
4.2 Biaya untuk memproduksi 1 unit tas.....	65
4.3 Harga 1 Unit Tas.....	65
4.4 Pemberian Bobot Variabel Internal.....	87
4.5 Penilaian Terhadap Variabel Internal.....	87
4.6 Evaluasi Variabel Internal.....	88
4.7 Pemberian Bobot Variabel Eksternal.....	92
4.8 Penilaian Terhadap Variabel Eksternal.....	92
4.9 Evaluasi Variabel Eksternal.....	93

DAFTAR GAMBAR

	Hal
2.1 Saluran Distribusi Barang Konsumsi.....	21
2.2 Saluran Distribusi Barang Industri.....	22
2.3 Kekuatan-kekuatan yang mempengaruhi persaingan industri.....	31
2.4 Matrik Daya Tarik Industri.....	33
2.5 Matrik SWOT.....	34
3.1 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan Kerajinan Kulit Seaga.....	41
3.2 Proses Pembuatan Tas Tidak Berwarna.....	48
3.3 Proses Pembuatan Tas Berwarna.....	49
3.4 Matrik Daya Tarik Industri.....	55
3.5 Skala Prioritas Investasi.....	59
3.6 Berbagai Pilihan Strategis.....	60
3.7 Matrik SWOT.....	61
4.1 Saluran Distribusi Perusahaan Kerajinan Kulit Seaga.....	68
4.2 Penentuan Posisi Bisnis	95
4.3 Berbagai Pilihan Strategis.....	96
4.4 Matrik SWOT.....	99