

SKRIPSI

**PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN PADA INDUSTRI TAHU SARI
LEZAT “POO” KEDIRI**

Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai
Derajat Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

NAMA : TRI ADI WAHYONO
NIM : 00.610.163

Diterima dan disahkan

Pada tanggal

Pembimbing I

Pembimbing II

(Drs. Eko Handayanto, MM)

(Dra. Sri Nastiti Andharini, MM)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen

(DR. H. Bambang Widagdo, MM)

(Rahmad Wijaya, SE, MM)

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN PADA INDUSTRI TAHU SARI LEZAT “POO” KEDIRI**

Nama : Tri Adi Wahyono

Nomor Induk : 00.610.163

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 30 Januari 2009 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang.

Malang, Pebruari 2009

Team Penguji

1. Nama : Rahmad Wijaya, SE, MM Tanda tangan
2. Nama : Drs. Ach. Mohyi, MM Tanda tangan
3. Nama : Drs. Eko Handayanto, MM Tanda tangan
4. Nama : Dra. Sri Nastiti Andharini, MM Tanda tangan

Mengetahui dan menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi

DR. H. Bambang Widagdo, MM

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Skripsi yang berjudul **“PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN PADA INDUSTRI TAHU SARI LEZAT ”POO” KEDIRI”** disusun untuk memenuhi serta melengkapi syarat memperoleh gelar Kesarjanaan di bidang Ekonomi, program studi Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis berusaha memberi sebaik mungkin namun demikian, penulis menyadari akan kemampuan dan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Sehingga masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, maka dari itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik saran yang bersifat membangun guna kesempurnaan skripsi ini. Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. DR. H. Bambang Widagdo, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Rahmad Wijaya, SE, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.

3. Drs. Eko Handayanto, MM selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah sudi meluangkan waktunya untuk mengoreksi serta memberikan petunjuk yang sangat bermanfaat guna penyusunan skripsi ini.
4. Dra. Sri Nastiti Andharini, MM, selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang penuh kesabaran telah memberikan bimbingan serta petunjuk hingga selesainya penulisan skripsi ini.
5. Rekan-rekan dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini baik materiil maupun spirituil.

Akhirnya segala amal baik yang telah mereka berikan kepada penulis semoga mendapat balasan dari Allah SWT. dan penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Malang, Januari 2009

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
KARTU KENDALI KONSULTASI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Kegunaan Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
Tinjauan Pustaka	9
1. Pengertian Pemasaran	9
2. Pengertian Strategi.....	9
3. Pentingnya Strategi Perusahaan.....	11
4. Level Strategi.....	12
5. Faktor-Faktor Yang Membentuk Strategi Perusahaan.....	13
6. Proses Perencanaan Strategi.....	15
7. Pengertian Strategi Pemasaran	18
8. Manfaat Strategi Pemasaran	20
9. Langkah-Langkah Strategi Pemasaran.....	21
10. Merancang Strategi Pemasaran Pada Berbagai Posisi Persaingan.....	24
a. Strategi Pemimpin Pasar.....	24
b. Strategi <i>Market Challenger</i>	28
c. Strategi <i>Market Follower</i>	30
d. Strategi <i>Market Nicher</i>	31

	Kerangka Pikir Penelitian	32
BAB III.	METODE PENELITIAN	
	A. Lokasi Penelitian	34
	B. Jenis Penelitian	34
	C. Data dan Sumber Data	34
	D. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	35
	1. Wawancara	35
	2. Dokumentasi.....	35
	E. Definisi Operasional Variabel.....	36
	F. Metode Analisa Data	38
BAB IV.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	Hasil Penelitian	48
	1. Gambaran Umum Industri Tahu Sari Lezat “Poo” Kediri	48
	2. Lokasi Penelitian.....	49
	3. Bentuk Badan Hukum Perusahaan.....	50
	4. Struktur Organisasi	50
	5. Karyawan Perusahaan	53
	6. Penggunaan Jam Kerja dan Sistem Pengupahan	53
	a. Jam Kerja.....	53
	b. Sistem Pengupahan	54
	7. Tujuan Perusahaan	54
	8. Aktivitas Produksi.....	55
	a. Bahan-bahan Yang Digunakan	55
	b. Peralatan yang Digunakan Dalam Proses Produksi	55
	c. Proses Produksi.....	55
	9. Pesaing	57
	10. Keadaan Internal Perusahaan.....	57
	a. Produk.....	57
	b. Harga	59
	c. Saluran Distribusi.....	59
	d. Promosi.....	62
	11. Keadaan Eksternal Perusahaan	62
	1. Analisis Pesaing	62
	2. Keadaan Ekonomi	64
	3. Pemerintah	67
	4. Demografi.....	68
	5. Teknologi.....	69
BAB V.	PEMBAHASAN	
	a. Menetapkan Misi Perusahaan.....	71
	b. Hasil Analisis Lingkungan Eksternal (Analisis Peluang dan Ancaman)	71

c. Hasil Analisis Lingkungan Internal (Analisa Kekuatan Dan Kelemahan)	80
d. Perumusan Sasaran	89
e. Perumusan Strategi	90

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	92
B. Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. Proses Perencanaan Strategi.....	16
Gambar 2. Kerangka Pikir.....	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Industri Tahu Sari Lezat “Poo” Kediri	51
Gambar 4.2 Proses Pembuatan Tahu	56
Gambar 5.1 Diagram Analisis SWOT Industri Tahu Sari Lezat “Poo” Kediri.....	88
Gambar 5.2 Matrik SWOT Industri Tahu Sari Lezat “Poo” Kediri	89



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Volume Penjualan Perusahaan Tahu “Poo” Kediri Tahun 2003 s/d 2007 (Dalam Biji).....	4
Tabel 2. Realisasi Penjualan Perusahaan Tahu di Kota Kediri Tahun 2007 (Dalam Biji)	6
Tabel 3. ETOP (<i>Environment Threat And Opportunity Profile</i>)	39
Tabel 4. SAP (<i>Strategic Advantage Profile</i>)	43
Tabel 4.1 Jumlah dan Jabatan Karyawan Industri Tahu Sari Lezat “Poo” Kediri	53
Tabel 4.2 Nama Perusahaan Pesaing Utama Industri Tahu Sari Lezat “Poo” Kediri	57
Tabel 4.3 Data Kondisi Produk Industri Tahu Sari Lezat “Poo” Kediri.....	58
Tabel 4.4 Penetapan Harga Industri Tahu Sari Lezat “Poo” Kediri	59
Tabel 4.5 Jumlah Agen Pada Industri Tahu Sari Lezat “Poo” Kediri Tahun 2008	60
Tabel 4.6 Angkutan Pendukung Pendistribusian Produk.....	61
Tabel 4.7 Analisis Regresi Pesaing.....	63
Tabel 4.8 Jumlah Agen Pesaing dan Industri Tahu Sari Lezat “Poo” Kediri Tahun 2008	64
Tabel 4.9 Laju Inflasi Kota Kediri Tahun 2003 Sampai 2007 (Dalam %)	65
Tabel 4.10 Pendapatan Regional Per Kapita Masyarakat Kota Kediri Tahun 2005 Sampai 2007 (Dalam Rupiah/ Tahun)	66

Tabel 4.11 Pertumbuhan Ekonomi Kota Kediri (Dalam Rupiah/ Tahun)	67
Tabel 4.12 Jumlah Penduduk Kota Kediri Tahun 2002 Sampai 2007.....	68
Tabel 4.13 Penggunaan Peralatan Modern Pada Industri Tahu Sari Lezat “Poo” Kediri Tahun 2008.....	70
Tabel 4.14 Hasil Analisis Lingkungan Eksternal	72
Tabel 4.15 Hasil Analisis EFAS Industri Tahu Sari Lezat “Poo” Kediri	76
Tabel 4.16 Hasil Analisis Lingkungan Internal.....	81
Tabel 4.17 Hasil Analisis IFAS Industri Tahu Sari Lezat “Poo” Kediri	84
Tabel 4.18 Program Strategi Pada Industri Tahu Sari Lezat “Poo” Kediri Tahun 2009	91



DAFTAR PUSTAKA

- Albert, Widjaya, 1993, **Manajemen Strategik Perusahaan Dalam Dekade 90-an**, Majalah Usahawan no.6, TH XXII.
- Amirullah dan Cantika, 2002, **Manajemen Strategik**, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Basu Swasta dan Irawan, 2000, **Analisis Perilaku Konsumen**, Edisi Kedua, Cetakan Kedua, Penerbit: BPFE, Yogyakarta.
- Bambang, Hariadi, 2003, **Strategi Manajemen**, Cetakan Pertama Penerbit Bayu Media, Malang.
- Fandy Tjiptono, 1997, **Strategi Pemasaran**. Edisi Pertama, Penerbit Andi Offset. Yogyakarta
- Fred David, 2006, **Strategic Management**, Buku 1 Edisi 10, Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, Philip, 1997, **Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian**, Edisi Keenam, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- _____,2001, **Manajemen Pemasaran: Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian**, Penerbit, Salemba Empat: Jakarta.
- Robinson, Pearce, 1997, **Manajemen Strategik Formulasi Implementasi Dan Pengendalian**. Edisi Pertama, Penerbit Binarupa Aksara, Jakarta.
- R, Jatmiko, Dwi, 2003, **Manajemen Strategik**, Edisi Pertama, Penerbit UMM Press, Malang.
- Saladin Jasmin, 1990, **Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran**. Penerbit: CV. Mandar Maju, Bandung.
- Sofyan Assauri, 1999, **Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi**, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Suad Husnan, 1991, **Perencanaan Perusahaan**, Edisi Pertama, Penerbit: BPFE Yogyakarta.

Winardi, 1992, **Strategi Pemasaran**, Edisi Pertama, Penerbit: CV Bandar Maju.
Bandung.

Widayat dan Amirullah, 2002, **Riset Bisnis**, Edisi 1, Malang: CV. Cahaya Press.

