SKRIPSI

ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR FORMULASI STRATEGI PEMASARAN PRODUK SUSU BENDERAPADA PT. FRISIAN FLAG INDONESIA CABANG PALEMBANG

Diajukan oleh :

MELISA SAVITRI
NIM : 1801110006

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TRIDINANTI

PALEMBANG

2022

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	:	MELISA SAVITRI
Nomor Pokok/NIM	:	1801110006
Jurusan/Prog. Studi	:	Ekonomi/ Manajemen
Jenjang Pendidikan	:	Strata 1
Mata Kuliah Pokok	:	Manajemen Pemasaran
Judul skripsi	:	ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR FORMULASI STRATEGI PEMASARAN PRODUK SUSU BENDERA PADA PT. FRISIAN FLAG INDONESIA CABANG PALEMBANG

Pembimbing Skripsi:

Tanggal 03-Oktober-2022 Pembimbing I : Prof.Dr.H.Sulbahri Madjir, SE., MM
NIDN : 0016035101

Tanggal 03-Oktober-2022 Pembimbing II : Kamariyah, SE., MM
NIDN : 0221075802

33 / PS / DFE / 22

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr.Msy.Mikial,SE.Msi.Ak.CA.CSRS
NIDN : 0205026401

Mengetahui,
Ka. Program Studi

Mariyam Zanariah,SE.,MM.
NIDN : 0222096301

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama	:	MELISA SAVITRI
Nomor Pokok/NIM	:	1801110006
Jurusan/Prog. Studi	:	Ekonomi/ Manajemen
Jenjang Pendidikan	:	Strata 1
Mata Kuliah Pokok	:	Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi	:	ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR FORMULASI STRATEGI PEMASARAN PRODUK SUSU BENDERA PADA PT. FRISIAN FLAG INDONESIA CABANG PALEMBANG

Penguji Skripsi:

Tanggal 03 okt 2022 Ketua Penguji : Prof.Dr.H.Sulbahri Madjir, SE., MM
NIDN : 0016035101

Tanggal 03 Okt 2022 Penguji I : Hj. Agustina Marzuki, SE., M.Si
NIDN : 0008086502

Tanggal 03 Okt 2022 Penguji II : Kamariyah, SE., MM
NIDN : 0221075802

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi
Tanggal 03 Okt 2022

33 /PS/DFE/22.

Dr.Msy.Mikial,S.E.M.Si.Ak.CA.CSRS.
NIDN : 0205026401

Ketua Program Studi Manajemen
Tanggal 03 Okt 2022

Mariyam Zanariah,S.E.,M.M.
NIDN : 0222096301

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Jangan bandingkan prosesmu dengan orang lain karena tidak semua bunga tumbuh mekar secara bersamaan"

KUPERSEMBAHKAN KEPADA :

- **AYAHKU : MULYADI (ALM)**
- **IBUKU : SYAMSIA**
- **KAKAK-KAKAKU :**
  1. **YUNITA FRANSISKA**
  2. **OZIS ANDI SAPUTRA**
- **PARA DOSEN TRIDINANTI YANG TERHORMAT**
- **ALMAMATERKU**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	:	Melisa Savitri
Nomor Pokok	:	1801110006
Fakultas	:	Ekonomi
Jurusan	:	Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, September 2022

Melisa Savitri

KATA PENGANTAR

Strategi pemasaran sangat dibutuhkan dalam menjalankan suatu perusahaan barang ataupun jasa dengan tujuan untuk memenuhi keinginan konsumen dengan demikian suatu perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan yang pada akhirnya perusahaan dapat meraih laba yang diinginkan sehingga perusahaan dapat berkembang dengan pesat.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran tentang strategi apa yang tepat dan harus dipertahankan oleh perusahaan kemudian upaya-upaya apa saja yang harus dilakukan selanjutnya oleh perusahaan. Dengan menggunakan Analisis SWOT Sebagai Dasar Formulasi Strategi Pemasaran Produk Susu Bendera Pada PT.Frisian Flag cabang Palembang maka ditemukanlah strategi-strategi pemasaran yang harus dilakukan oleh perusahaan.

Dengan selesainya penelitian ini , penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa dan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr.Ir.Hj.Nyimas Manisah,MP selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang
2. Ibu Dr.Msy Mikial,SE.M.Si.Ak.CA,CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
3. Dr.M.Ima Andriyani,SE,M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang
4. Ibu Mariyam Zanariah,SE,M.M, selaku Ketua Program Studi Manajamen Universitas Tridinanti Palembang
5. Bapak Prof.H.Sulbahri Madjir,SE,MM selaku dosen pembimbing utama yang telah member bimbingan selama masa penelitian.

6. Ibu Kamariah SE,MM selaku dosen pembimbing yang telah member bimbingan selama masa penelitian
7. Pimpinan serta staff PT.Frisian Flag Indonesia Cabang Palembang yang telah bersedia memberikan data dan kesempatan tempat untuk melakukan penelitian
8. Ayahanda : Mulyadi (Alm) "Anakmu selalu mendoakanmu dan akan berusaha terus untuk membanggakanmu"

   Ibunda : Syamsia yang seorang diri dengan segenap jiwa dan raganya tanpa mengenal lelah berjuang membesarkan, menyekolahkan dan selalu memberikan yang terbaik untuk anak-anaknya
9. Teman-teman seperjuangan di Universitas Tridinanti Fakultas Ekonomi khususnya program studi Manajemen pemasaran yang telah membantu dan berbagi informasi sehingga terselesainya skripsi ini
10. Fernando Alfarezi terimakasih telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
11. Semua pihak yang telah berpartisipasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Hanya Allah yang sanggup memberikan imbalan yang sepantasnya kepada mereka yang dengan ikhlas membantu meringankan kesulitan orang lain. Semoga amal baik Bapak-bapak dan Ibu-ibu mendapatkan balasan dari Allah SWT. Amin

Palembang, Mei 2022

Melisa Savitri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**

HALAMAN PENGESAHAN ..... **ii**

KATA PENGANTAR ..... **iii**

DAFTAR ISI ..... **v**

DAFTAR TABEL ..... **vii**

DAFTAR GAMBAR ..... **viii**

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Rumusan Masalah 4

1.3. Tujuan Penelitian 4

1.4. Manfaat Penelitian 5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Teoritis 6

2.1.1. Analisis SWOT 6

2.1.2. Manfaat Analisis SWOT 7

2.1.3. Faktor Yang Mempengaruhi Analisis SWOT 8

2.1.4. Matriks Faktor Strategi Eksternal 14

2.1.5. Matriks Faktor Strategi Internal 15

2.2. Pengertian Pemasaran 21

2.2.1. Tujuan Pemasaran 23

2.2.2. Pengertian Strategi Pemasaran 24

2.2.3. Jenis-kenis Strategi Pemasaran 29

2.3. Kerangka Fikir 35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian 37

3.2. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data 38

3.4. Rancangan penelitian.....40

3.5. Variabel dan Defenisi Operasional 40

3.7. Teknik Analisis 42

3.8. Sistematika Penulisan.....45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Sejarah Perusahaan.....47

4.2. Visi dan Misi 48

4.3. Philosofi 48

4.4. Prestasi Perusahaan 50

4.5. Daftar Harga.....51

4.6. Jaringan Distribusi 54

4.7. Struktur Organisasi 55

4.8. Hasil Penelitian

4.8.1. Analisa Deskriptif 61

4.8.2. Matriks Internal dan Eksternal 69

4.8.3. Matriks SWOT 71

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan 73

5.2. Saran 73

DAFTAR PUSTAKA 75

LAMPIRAN-LAMPIRAN 76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Volume penjualandan Target penjualan 3

Tabel 2.1. EFAS 15

Tabel 2.2. IFAS 17

Tabel 2.3.Matriks SWOT 20

Tabel 3.1.Waktu penelitian.....37

Tabel 3.2.Matriks Internal dan Eksternal 43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Proses Perencanaan Dengan Analisis SWOT 12

Gambar 2.2. Diagram Analisis SWOT 18

Gambar 2.3. Kerangka Fikir 35

Gambar 3.1. Diagram Analisis SWOT 44

RIWAYAT HIDUP

MELISA SAVITRI, lahir di Ngunang pada tanggal 15 Maret 1999 anak ketiga dari tiga bersaudara dari Bapak Mulyadi Alm. dan Ibu Syamsia.

Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2011 di SD Negeri 40 Palembang. Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2014 di SMP Negeri 03 Palembang. Sekolah Menengah Atas diselesaikan pada tahun 2017 di SMK Negeri 1 Palembang. Pada tahun 2018 melanjutkan pendidikan ke Program Studi Strata I Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, 05 September 2022

Melisa Savitri

ABSTRAK

MELISA SAVITRI. 2022. Analisis SWOT Sebagai Dasar Formulasi Strategi Pemasaran Produk Susu Bendera Pada PT.Frisian Flag Indonesia Dicabang Palembang (dibimbing oleh Prof.Dr.H.Sulbahri Madjir,SE,MM dan Kamariah,SE,MM

Penulis melakukan penelitian ini pada PT.Frisian Flag Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kekuatan,kelemahan, peluang serta ancaman yang dimiliki oleh perusahaan dan juga untuk mengtahui strategi yang digunakan oleh perusahaan dan upaya-upaya apa yang harus dilakukan oleh perusahaaan dalam hal ini adalah PT.Frisian Flag Indonesia, Teknik analisa data menggunakan Analisis SWOT, Internal Factor Evaluation (IFE), Eksternal Factor Evaluation (EFE), Matriks Internal dan Eksternal dan Matriks SWOT.Analisa SWOT mencakup lingkungan ekstern dan lingkungan intern. Analisis lingkungan adalah suatu proses yang digunakan untuk menentukan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Matrik SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki perusahaan tersebut. Matrik dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi. Dengan menggunakan analisa SWOT dapat diperoleh hasil bahwa perusahaan dapat mengambil alternatif strategi ST, WT, SO dan WO.

Hasil analisis menunjukkan strategi pemasaran yang telah dijalankan oleh PT. Frisian Flag Indonesia adalah strategi pengembangan produk dan strategi yang digunakan oleh perusahaan tersebut sudah tepat dan kedepannya strategi ini tetap bisa digunakan. Upaya-upaya yag dilakukan oleh PT. Frisian Flag Indonesia Palembang adalah melakukan pendekatan terhadap pelanggannya melalui kunjungan rutin yang sudah dijadwalkan oleh pimpinanan perusahaan, Mengklasifikasikan outlet-outlet yang dianggap outlet pareto atau outlet-outlet yang omsetnya besar, melakukan gatering untuk outlet pareto setiap tahunnya, Menambahkan diskon lebih untuk konsumen yang membayar cash, membagi target penjualan kepada salesmen berdasarkan pasar yang mereka pegang, Memberikan reward kepada salesman yang penjualannya paling besar.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Fenomena perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat ini menimbulkan munculnya perusahaan-perusahaan baru yang memiliki usaha sejenis. Hal tersebut menciptakan munculnya iklim persaingan yang semakin ketat. Dengan adanya kondisi yang demikian, produsen dituntut untuk mampu memaksimalkan sumber daya yang dimiliki. Selain itu produsen diharuskan memiliki rencana dan strategi bisnis yang tepat dalam usaha mewujudkan tujuan dari perusahaan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Melihat persaingan dalam dunia usaha yang semakin keras mengharuskan PT. Frisian Flag Indonesia memikirkan misi bisnis dan strategi pemasaran secara kristis. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya ditentukan oleh keberhasilan produk yang dihasilkan dan dibarengi dengan para penyalur dalam memasarkan produk hingga sampai ketangan konsumen.

Selain itu diperlukan ide – ide yang kreatif dan inovatif dari perusahaan untuk dapat menghasilkan produk yang lebih baik, lebih mampu bersaing dan memenangkan persaingan dipasar. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut setiap perusahaan harus mampu menempuh berbagai langkah, salah satunya dengan melakukan strategi pemasaran.

Pelaksanaan strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting sebagai penunjang terhadap peningkatan penjualan dan persaingan perusahaan, perusahaan perlu mengetahui kelemahan peluang dan ancaman sehingga perusahaan dalam persaingannya dapat membantu mengenali diri, serta memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari atau meminimalisasi kekurangan, dimana strategi pemasaran merupakan upaya mencari posisi pemasaran yang menguntungkan dalam suatu perusahaan.

Ditinjau dari segi perusahaan pada dasarnya perusahaan mempunyai tiga penjualan umum dalam penjualan yaitu :

1. Mencapai volume penjualan tertentu
2. Memperoleh laba tertentu
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Defenisi diatas terlihat bahwa peningkatan volume penjualan sangat penting guna kelangsungan hidup perusahaan. Apabila perusahaan mampu meningkatkan volume penjualan maka perusahaan mempunyai kemungkinan untuk memperbesar atau meningkatkan jumlah laba yang didapatkan. Akan tetapi sebaliknya jika kegiatan pemasaran mengalami kegagalan, akibatnya volume penjualan akan menurun dan keuntungan akan berkurang.

PT.Frisian Flag Indonesia adalah salah satu perusaahaan besar di Indonesia yang bergerak dibidang industri produk-produk nutrisi berbasis susu yang sudah berdiri dari tahun 1922. Produk yang dihasilkan oleh perusahaan adalah produk yang harus diperkenalkan, memasarkan dan menjual produknya ke

masyarakat luas karena produk konsumsi mempunyai jangka waktu pemakaian, oleh karena itu perusahaan harus melakukan promosi dengan baik untuk menjual produknya.

Dalam melakukan penjualan produk melalui personal selling, peran seorang sales sangat menentukan kemajuan perusahaan PT. Frisian Flag Indonesia cabang palembang saat ini memiliki 10 orang sales promotion yang dibagi menjadi tiga bagian penjualan yaitu tradisional market, retail market dan modern market yang ada di Kota Palembang

Tabel 1.1

Volume Penjualan dan Target Penjualan

PT. Frisian Flag Indonesia Cabang Palembang

Tahun 2017– 2022

Tahun	Target Penjualan	Realisasi penjualan
2017	50.000.000.000	53.550.000.000
2018	55.000.000.000	58.205.000.000
2019	60.000.000.000	62.150.000.000
2020	65.000.000.000	67.050.000.000
2021	70.000.000.000	74.350.000.000

Sumber : Human Capital PT. Frisian Flag Indonesia 2017

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk menyusun skripsi dengan judul **ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR FORMULASI STRATEGI PEMASARAN PRODUK SUSU BENDERA PADA PT. FRISIAN FLAG INDONESIA CABANG PALEMBANG**

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana formulasi strategi pemasaran produk Susu Bendera pada PT.Frisian Flag Indonesia cabang Palembang?
2. Upaya-upaya apakah yang dilakukan oleh PT.Frisian Flag Indonesia untuk mencapai target penjualan dengan strategi pemasarannya?

I.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran produk Susu Bendera pada PT.Frisian Flag Indonesia cabang Palembang
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana upaya- upaya PT.Frisian Flag Indonesia Cabang Palembang untuk mencapai target penjualan dengan strategi pemasarannya.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, manfaat penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

   Penelitian ini dapat membuka wawasan penulis dan menambah ilmu pengetahuan dibidang strategi pemasaran produk

2. Bagi Perusahaan

   Penulisan hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan oleh perusahaan dalam melakukan pemasaran produk melalui implementasi strategi pemasaran.

3. Bagi Akademis

   Penelitian ini diharapkan menjadi masukan mahasiswa dan pihak lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut dan sebagai bahan bacaan yang diharapkan akan menambah wawasan pengetahuan bagi yang membacanya terutama mengenai implementasi strategi pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal.id, 2017. Manfaat Analisis SWOT. Information Scurity management.

Dictio.com, 2017. Analisis SWOT. Ekonomi dan bisnis

Dyson, 2017. Analisis SWOT. www.wikiwealth.com

Sondan P Siagian(2012) SWOT menggunakan beberapa strategi SWOT

Anwar Arifin, 2013 Strategi yang baik akan memberikan gambaran tindakan utama dan pola keputusan

Fredy Rangkuti, 2009:31 Salah satu modal yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan adalah matriks SWOT

Fachirza & Moeliono,2017. Definisi pemasaran

Gronroos Tjiptono (2012) tujuan dari pemasaran

(Assauri, 2013). Ciri rencana strategi pemasaran

Keller Kotler dan Amstrong (2016:51), strategi-strategi pemasaran salah satunya adalah bauran pemasaran

Profil Perusahaan dan Sejarah Perusahaan Frisian Flag https://www.frisianflag.com/

Sofjan Asssauri. 2012. Strategic Marketing. Edisi Pertama.

Sugiyono. 2012. Statistika Untuk Penelitian Bandung: alfabeta