

TUGAS AKHIR

**STRATEGI MENINGKATKAN PENJUALAN DENGAN
MENGUNAKAN ANALISIS SWOT
PADA UD. “X”**

Diajukan Guna Melengkapai Sebagian Syarat
Dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

Disusun Oleh :

Nama : **Suroto**
Nim : 41605120023
Program Studi : Teknik Industri



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2008**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Suroto

N.I.M : 41605120023

Jurusan : Teknik Industri

Fakultas : Teknologi Industri

Judul Skripsi : Strategi Meningkatkan Penjualan Dengan Menggunakan Analisis SWOT Pada UD. “X”

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Penulis,

(Suroto)

LEMBAR PENGESAHAN

Strategi Meningkatkan Penjualan Dengan Menggunakan
Analisis SWOT Pada UD. “X”



Disusun Oleh :

Nama : Suroto
NIM : 41605120023
Jurusan : Teknik Industri
Fakultas : Teknologi Industri

Pembimbing,

(Ir.Herry Agung Prabowo, MSc)

Mengetahui,

Koordinator TA / Ka.Prodi

(Ir. Muhammad Kholil, MT)

ABSTRAKSI

Strategi Meningkatkan Penjualan Pada UD."X" Dengan Analisis SWOT

UD."X" mempunyai usaha memasarkan kantong plastik HD-PE dari salah satu pabrik plastik, dengan merek Nemo dan Kerapu. Jumlah penjualan selama ini kurang menunjukkan peningkatan yang signifikan, oleh sebab itu perlu dianalisa lebih lanjut agar jumlah penjualan dapat meningkat lebih besar lagi. Untuk itu penulis mencoba untuk menganalisa dengan menggunakan analisa SWOT. Setelah dilakukan analisa ternyata terlihat, bahwa kondisi pemasaran pada tahun 2007 berada pada *Strategi Stabil* yaitu pada posisi ini UD."X" mempunyai peluang yang sangat besar, tetapi disisi lain menghadapi kendala/ada kelemahan internal, seperti adanya kekurangan sarana, kekurangan modal, keterbatasan sumber daya manusia serta kurang adanya promosi. Kemudian dilakukan tindakan perbaikan untuk mengatasi kelemahan-kelemahan yang ada, antara lain: *Sarana transportasi* yaitu menambah 1 Mobil dan 5 Sepeda Motor. Penambahan *Modal* sebesar Rp.100.000.000,- . Penambahan *Tenaga kerja* 1 orang Wakil Pimpinan, 1 orang Administrasi, 5 orang Sales force, 1 orang Sopir, serta 1 orang Karyawan. Sumber Daya Manusia ditingkatkan dengan diikutkan training seperti pemasaran, motivasi. *Promosi* ditingkatkan lagi, dengan lebih aktif mendatangi konsumen, pedagang, dan memanfaatkan peluang yang ada. Sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan sebesar 72.000 Kg, dan keuntungan meningkat Rp.30.500.000,- selama semester I Tahun 2008.

Kata Kunci : SWOT

ABSTRACTION

The Strategy Of Enhancing The Sale of UD."X" Using The Analysis Of SWOT

The UD."X" has the business in marketing plastic sacks HD-PE from one of the plastic factories using the Nemo and Kerapu brands. The sale so far did not show any progress significantly, there for it needs to analyse in order to increase the amount of sale. Therefore, the writer tried to analyse using SWOT analysis. After doing it, it showed that the marketing condition in 2007 was in *Stable Strategy* that is in the UD."X" position, in which it has a big opportunity in one side, while on the other side there is an internal weakness such as problems of facilities, capital and lack of human resources as well as lack of promotion. Knowing the problems above, then it is taken a solution by finding out the weaknesses such as problems of transportation by adding one car and five motor cycles, by providing capital of one thousand million rupiah, by adding human workers of, vice leader, one administrator, five sales persons, one driver and one employee. The quality of human resources will increase through trainings in marketing and motivation building of human resources will be increased through trainings in marketing and motivation building. Promotion will increase through coming to the consumers, merchants and maximize the available opportunities. By doing so, it can increase the sale amount as big as 72.000 kg and the profit increased to Rp.30.500.000,- during the first semester 2008.

Key Word : SWOT

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala petunjuk dan rahmat-Nya, Sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi ini. Adapun penyusunan skripsi ini yaitu untuk memenuhi persyaratan ujian sidang sarjana pada program studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri Universitas Mercu Buana.

Judul skripsi ini adalah **“Strategi meningkatkan Penjualan Dengan menggunakan Analisis SWOT” Pada UD. “X”**. Menyadari akan keterbatasan baik dalam penyusunan tugas akhir ini, maka tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak sulit kiranya bagi penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini, untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Herry Agung Prabowo, MSc, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran dan pengarahan dari awal hingga akhir dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Ir.Muhammad Kholil, MT, selaku Koordinator Tugas Akhir / KaProdi.
3. Bapak Ir.Yenon Orsa, MT, selaku Direktur PKK Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh Dosen, dan Staff civitas Akademika Universitas Mercu Buana Yang telah bersedia membantu kelancaran selama penulisan skripsi ini.

5. Pimpinan dan Seluruh Karyawan UD.“ X “ yang telah memberikan informasi kepada penulis.
6. Istri dan anak-anak tercinta yang telah memberi dukungan pada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Bapak, Ibu dan Mertua yang telah memberikan doa restu dalam penyusunan tugas akhir ini.
8. Teman – teman Teknik Industri Mercu Buana Angkatan ke 8 yang telah memberikan dukungan moril.
9. Semua pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan moril dan materil dalam penulisan ini.

Semoga bantuan dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Pada akhirnya penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak yang terkait, guna perbaikan tugas akhir ini sehingga dapat bermanfaat, khususnya bagi penulis umumnya bagi semua pihak yang berkepentingan.

Jakarta, Agustus 2008

Penulis,

Suroto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAKS	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	1
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan.....	2
1.5 Metode Pengumpulan Data.....	3
1.6 Sistemetika Penulisan	3

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pemasaran.....	5
2.2 Istilah-Istilah Dalam Konsep Inti Pemasaran.....	7
2.2.1 Kebutuhan.....	7
2.2.2 Keinginan.....	7
2.2.3 Permintaan	8

2.2.4	Produk	8
2.2.5	Jasa	9
2.2.6	Nilai Pelanggan	9
2.2.7	Kepuasan Pelanggan	9
2.2.8	Pertukaran	10
2.2.9	Transaksi.....	11
2.2.10	Hubungan Pemasaran.....	12
2.2.11	Pasar	12
2.3	Peranan Manajemen Pemasaran Dalam Perusahaan	14
2.3.1	Pentingnya Strategi Bagi Perusahaan.....	14
2.3.2	Analisis Kesempatan Pasar.....	15
2.3.3	Analisa Segmentasi Pasar.....	20
2.4	Strategi Pemasaran.....	26
2.4.1	Faktor-Faktor Strategi Pemasaran.....	26
2.4.2	Elemen-Elemen Strategi Pemasaran	31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Flowchart	39
3.2	Objek Analisa	40
3.3	Metode Pengumpulan Data	40
3.4	Brainstorming	41
3.5	Analisa Swot	41

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Sekilas Tentang UD.” X”	45
4.2 Jumlah tenaga Kerja	45
4.3 Jumlah Armada / Kendaraan.....	46
4.4 Macam-Macam Barang Yang di Pasarkan.....	46
4.5 Biaya- Biaya.....	47
4.6 Data Suplay / Pasokan	49
4.7 Data Penjualan.....	50
4.8 Perkembangan hasil Penjualan.....	51
4.9 Analisa SWOT Tahun 2007	51

BAB V ANALISIS PEMECAHAN MASALAH

5.1 Langkah- Langkah dan Strategi Yang harus Dijalankan	59
5.2 Data-data Tahun 2008 (setelah penerapan).....	65

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan.....	70
6.2 Saran	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Jumlah Tenaga Kerja Tahun 2005-2007	45
Tabel 4.2	Tingkat Pendidikan Tenaga Kerja Tahun 2005-2007	46
Tabel 4.3	Biaya Tahun 2005-2007	48
Tabel 4.4	Data Supplay / Pasokan Tahun 2005-2007	49
Tabel 4.5	Data Penjualan Tahun 2005-2007	50
Tabel 4.6	Perkembangan Hasil Penjualan Tahun 2005-2007	51
Tabel 4.7	IFAS.....	55
Tabel 4.8	EFAS.....	56
Tabel 5.1	Jumlah Tenaga Kerja Dan Tingkat Pendidikan Tahun 2008	65
Tabel 5.2	Biaya Tahun 2008.....	66
Tabel 5.3	Data Supplay / Pasokan Tahun 2008.....	67
Tabel 5.4	Data Penjualan Tahun 2008	68
Tabel 5.5	Laba Penjual Tahun 20008	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Sistem Pemasaran Sederhana	13
Gambar 2.2	Pelaku Dan Kekuatan Utama Dalam System Pemasaran Modern.....	13
Gambar 2.3	Daur Hidup Produk.....	28
Gambar 3.1	Flowchart	39
Gambar 3.2	Diagram TOWS/SWOT Strategi	43
Gambar 4.1	Gambaran Posisi Pemasaran Tahun 2007	57