

**PERUMUSAN STRATEGI DENGAN ANALISIS SWOT
(STUDI PADA JASA TITIP BARANG JASTIPSBY_NAGI)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

VICTOR M. R RIANGHEPAT

NPM : 20420064

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2024

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Victor Marcellino Ramadhani Rianghepat

NPM : 20420064

Alamat : Balela RT 04/RW 02 Flores Timur

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PERUMUSAN STRATEGI DENGAN ANALISIS SWOT (STUDI PADA JASA TITIP BARANG JASTIPSBY_NAGI)”** bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 30 Januari 2024

Yang Membuat Pernyataan



Victor M. R Rianghepat

NPM : 20420064

SKRIPSI
PERUMUSAN STRATEGI DENGAN ANALISIS SWOT
(STUDI PADA JASA TITIP BARANG JASTIPSBY_NAGI)

Diajukan Oleh :

VICTOR M. R RIANGHEPAT
NPM : 20420064

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

Dosen Pembimbing



Dr. Titik Inayati, SE., MM.

Tanggal, 30 Januari 2024

Ketua Program Studi



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM.

Tanggal, 30 Januari 2024

SKRIPSI
PERUMUSAN STRATEGI DENGAN ANALISIS SWOT
(STUDI PADA JASA TITIP BARANG JASTIPSBY_NAGI)

Diajukan Oleh :

VICTOR M. R RIANGHEPAT
NPM : 20420064

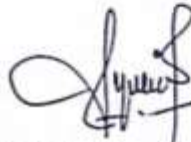
Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing



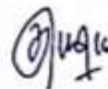
Dr. Titik Inavati, SE., MM.

Ketua Dewan Penguji



Ni Ketut Yulia Agustin, SE., MM.

Anggota Penguji



Husni Indrawati Wijaya Putri, SE., MM.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Tanggal, 30 Januari 2024

Ketua Program Studi



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM.

KATA PENGANTAR

Pujian serta syukur penulis haturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih yang tak terhingga dalam setiap nafas kehidupan ini, terkhusus untuk kelancaran dalam penulisan skripsi yang berjudul “Perumusan Strategi Dengan Analisis SWOT (Studi Kasus Jasa Titip Barang Jastipsby_nagi)”. Skripsi ditulis selain sebagai salah satu persyaratan kelulusan guna memperoleh gelar sarjana manajemen dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya juga bertujuan untuk mengaplikasikan berbagai ilmu pengetahuan yang didapatkan selama proses perkuliahan.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis banyak dibantu oleh berbagai pihak baik secara langsung ataupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih dengan hati yang tulus baik secara moril ataupun moral, khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. sp. THT-KL(K), FICS, selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs.Ec.Gimanto Gunawan, MM, M.Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Andrianto.T,SE, MM., selaku Ketua Program Studi (Kaprodi) Ekonomi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Dr. Titik Inayati, SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang selalu menyediakan waktunya setiap penulis butuhkan dan dengan penuh

kesabaran membimbing, memberikan berbagai masukan dan semangat untuk dapat menuntaskan skripsi ini.

5. Bapak Matheous Tamonsang, SE., M.Si selaku Dosen Wali yang sudah membantu penulis dari awal perkuliahan sampai akhir masa perkuliahan ini.
6. Kedua orang tua tersayang yang sudah membantu penulis dengan menyiapkan berbagai fasilitas guna memperlancar proses penulisan skripsi ini dan doa baik yang selalu menyertakan nama penulis hingga bisa lancar dalam proses skripsi.
7. Kakak Cantik Ayu Rianghepat yang selalu meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam mengerjakan skripsi, selalu mengalah dalam segala hal terutama untuk masalah keuangan dan sudah berusaha memasak makanan untuk penulis agar tetap terjaga stamina tubuhnya selama menjalankan skripsi
8. Teman-teman seperjuangan Rangga, Ari, Teresa, Nelly, Sindy, Rosy yang sama-sama mengawali perkuliahan di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, yang selalu mau diajak berdiskusi terkait skripsi, belajar bareng serta mendorong semangat penulis untuk maju terus pantang mundur dalam menyelesaikan skripsi,
9. Yohana Eugenia Harum sahabat yang sama-sama mengawali perkuliahan di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, sahabat dalam berbagi suka duka selama menjadi anak rantau dengan semangatnya terus membuat

penulis terpacu untuk cepat menyelesaikan perkuliahan dengan hasil yang dapat membanggakan orang-orang terkasih.

10. Pemilik usaha jastipsby_nagi yang telah senang tiasa memberikan waktu luangnya kepada peneliti dalam berbagai pertanyaan yang diberikan peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.

11. Semua sahabat dan pihak terkait lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang dengan caranya masing-masing sudah membantu dan mendukung penulis sampai akhir proses skripsi ini.

Atas kebaikan semua pihak di atas, penulis doakan semoga Tuhan Yang Maha Esa dapat membalasnya dengan hal yang sama pula. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak.

Surabaya, 30 Januari 2024

Penulis



Victor M. R Rianghepat

NPM : 20420064

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Pengertian Pemasaran	14
2.1.2 Pengertian Strategi Dan Strategi Pemasaran	15
2.1.2.1 Strategi	15
2.1.2.2 Proses Manajemen Strategi	17
2.1.2.3 Tingkatan Strategi	18
2.1.2.4 Macam – Macam Strategi	22
2.1.2.5 Strategi Pemasaran	25
2.1.3 Kerangka Berfikir Strategi Pemasaran	26
2.1.3.1 Segmentasi Pasar	27
2.1.3.2 Penetapan Pasar Sasaran (Target pasar)	30
2.1.3.3 Penentuan Strategi Pasar (Positioning)	32

2.1.4 Bauran Pemasaran	35
2.1.4.1 Produk	36
2.1.4.2 Harga	36
2.1.4.2.1 Penetapan Harga	37
2.1.4.3 Tempat	40
2.1.4.4 Promosi	40
2.1.5 Analisis Lingkungan	44
2.1.5.1 Analisis Lingkungan Eksternal	45
2.1.5.2 Analisis Lingkungan Internal	46
2.1.6 Analisa SWOT	47
2.1.7 Metode EFE – MATRIX Dan IFE MATRIX	50
2.1.8 Internal – Eksternal Matrikx	56
2.2 Penelitian Terdahulu	58
2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian	62
BAB III METODE PENELITIAN	64
3.1 Pendekatan Penelitian	64
3.2 Obyek Dan Ruang Lingkup Penelitian	65
3.3 Unit Analisis	65
3.4 Jenis Dan Sumber Data	67
3.5 Prosedur Pengumpulan Data	71
3.6 Teknik Analisa	73
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	83
4.1 Gambaran Umum Subyek dan Obyek Penelitian	83
4.1.1 Sejarah Singkat Usaha JASTIPSBY_NAGI	83
4.1.2 Visi dan Misi JASTIPSBY_NAGI	86
4.1.2.1 Visi	86
4.1.2.2 Misi	86

4.1.3 Produk Yang Dikirimkan	87
4.1.4 Pemasaran dan Wilayah Pengiriman	87
4.1.4.1. Pemasaran	87
4.1.4.2. Wilayah Pengiriman	88
4.1.5 Faktor Kunci keberhasilan (Key Success Faktor)	88
4.1.6 Karakteristik Usaha	90
4.1.7 Sasaran Jangka Panjang	91
4.2. Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal	92
4.2.1 Identifikasi Faktor Internal	92
4.2.1.1 Kekuatan	92
4.2.1.2 Kelemahan	98
4.2.2 Identifikasi Faktor Eksternal	100
4.2.2.1 Peluang	100
4.2.2.2 Ancaman	102
4.2.3 Analisis SWOT	106
4.2.3.1 Identifikasi Faktor Strategi (IFAS – EFAS)	106
4.2.4 Matrik Grand	110
4.2.5 Matrik Internal Eksternal	111
4.2.6 Analisis Strategi	113
4.2.7 Hasil Pembahasan	115
BAB V KESIMPULAN, SARAN, KETERBATASAN PENELITIAN	118
5.1 Kesimpulan	118
5.2 Saran	118
5.3 Keterbatasan Penelitian	119
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN	122

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Layanan Ekspedisi Yang Sering Digunakan Gen Z	5
Gambar 2.1 Proses Manajemen Strategik	18
Gambar 2.2 Analisis STP	27
Gambar 2.3 MATRIK GRAND	49
Gambar 2.4 Matriks Internal-Eksternal (IE Matrix)	56
Gambar 2.5 Kerangka Penelitian	63
Gambar 3.1 MATRIK GRAND	79
Gambar 3.2 Matriks Internal-Eksternal (IE Matrix)	81
Gambar 4.1 Promosi (Instagram)	94
Gambar 4.2 Promosi (TikTok)	94
Gambar 4.3 Promosi (Facebook)	94
Gambar 4.4 Promosi (Whatsapp)	94
Gambar 4.5 Diagram Kuadran Matrik Grand jastipsby_nagi	110
Gambar 4.6 Matrik Internak Eksternal	112

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Pesaing	6
Tabel 1.2 Jumlah Permintaan Pengiriman Jastipsby_nagi	8
Tabel 2.1 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)	52
Tabel 2.2 Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE)	53
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	58
Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan Wawancara	69
Tabel 3.2 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)	76
Tabel 3.3 Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE)	78
Tabel 4.1 Faktor-Faktor Strategis Lingkungan Internal (IFAS)	107
Tabel 4.2 Faktor-Faktor Strategis Lingkungan Eksternal (EFAS)	108

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Laporan Permintaan Pengiriman	122
Lampiran 2 : Dokumentasi	128

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk digunakan oleh usaha Jastipsby_nagi dalam menghadapi pesaingnya. Dimana untuk menentukan strategi yang tepat yang akan digunakan Jastipsby_nagi dengan menggunakan analisis SWOT. Penelitian yang dilakukan bersifat kuantitatif deskriptif, teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan wawancara dengan pemilik Jastipsby_nagi, Wawancara dengan pegawai Jastipsby_nagi, Wawancara dengan pelanggan Jastipsby_nagi, Wawancara dengan pesaing Jastipsby_nagi dan dengan observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini diperoleh Matriks SWOT dengan nilai IFAS diperoleh 3,63 dan EFAS diperoleh 3,47 dengan menggunakan Matrik Grand menunjukkan posisi dari Jastipsby_nagi berada pada kuadran I dan dengan menggunakan Matrik IE menunjukkan Jastipsby_nagi berada pada sel I yang menunjukkan strategi prioritas Jastipsby_nagi yaitu strategi tumbuh dan membangun. Dengan ada tiga pilihan alternatif strategi yang bisa digunakan yaitu melakukan strategi promosi dan pemasaran agresif, Peningkatan kualitas layanan, dan Pengembangan jaringan geografis.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman.

ABSTRACT

This research aims to formulate an appropriate marketing strategy to be used by the Jastipsby_nagi business in facing its competitors. Where to determine the right strategy that will be used by Jastipsby_nagi by using SWOT analysis. The research carried out was descriptive quantitative in nature, data collection techniques were carried out by conducting interviews with the owner of Jastipsby_nagi, interviews with Jastipsby_nagi employees, interviews with Jastipsby_nagi customers, interviews with Jastipsby_nagi competitors and by observation and documentation. The results of this research obtained a SWOT Matrix with an IFAS value of 3.63 and an EFAS of 3.47. Using the Grand Matrix shows the position of Jastipsby_nagi is in quadrant I and using the IE Matrix shows that Jastipsby_nagi is in cell I which shows Jastipsby_nagi's priority strategy, namely the growth strategy. and build. There are three alternative strategies that can be used, namely carrying out aggressive promotional and marketing strategies, improving service quality, and developing geographic networks.

Keywords: Marketing Strategy, Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats.