

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN  
METODE SWOT PADA PERCETAKAN  
MULIA WAHYU PRATAMA**



**LAPORAN AKHIR**

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan  
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**OLEH:**

**NIKEN AMANDA**

**NPM 061930600130**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
2022**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN  
METODE SWOT PADA PERCETAKAN  
MULIA WAHYU PRATAMA**



**LAPORAN AKHIR**

**OLEH:**

**NIKEN AMANDA  
NPM 0619 30600 130**

**Menyetujui,**

**Palembang, Agustus 2022**

**Pembimbing I,**

**Yusnizal Firdaus, S.E., M.M  
NIP 196310221988031001**

**Pembimbing II,**

**Lisnini, S.E., M.Si  
NIP 195904211989102001**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan  
Administrasi Bisnis**

**Dr. Heri Setiawan. S.E., M.AB.  
NIP 19760222202121001**

**Koordinator Program Studi  
DIII Administrasi Bisnis**

**Fetty Maretha, S.E., M.M  
NIP 198203242008012009**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Niken Amanda

NPM : 061930600130

Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis

Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran

Judul Laporan Akhir : Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT Pada Percetakan Mulia Wahyu Pratama

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, ..... Juli 2022

Yang membuat pernyataan



Niken Amanda  
NPM 061930600130




## LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Niken Amanda  
NPM : 061930600130  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis  
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran  
Judul Laporan Akhir : Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT Pada Percetakan Mulia Wahyu Pratama

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis dan dinyatakan LULUS

Pada Hari: Jumat  
Tanggal: 12 Agustus 2022

### TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Dr. Hadi Jauhari, S.E., M.Si</u> Ketua Penguji		<u>07-08-2022</u>
2.	<u>Yusnizal Firdaus, S.E., M.M</u> Anggota Penguji		<u>07 Agustus 2022</u>
3.	<u>Agung Anggoro Seto., S.E., M.Si</u> Anggota Penguji		<u>12 Agustus 2022</u>

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**Tak peduli seberapa lambat kamu pergi, asal kamu tidak berhenti (Anonim)**

**Kesuksesan mu yang sekarang adalah perwujudan doa-doa dari kedua orang  
tuamu (Niken Amanda)**

**Saya Persembahkan kepada:**

- Kedua orang tua saya tercinta
- Saudara-saudara saya
- Teman seperjuangan 6 NC
- Almamater Politeknik Negeri  
Sriwijaya

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan kasih, karunia dan rahmat-Nya yang telah memberikan banyak kesempatan, sehingga dapat menyelesaikan laporan akhir ini dengan baik.

Laporan Akhir ini berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT Pada Percetakan Mulia Wahyu Pratama”. Pada laporan ini penulis membahas tentang penerapan strategi pemasaran Percetakan Mulia Wahyu Pratama Menggunakan Metode Analisis SWOT.

Saya menyadari bahwa Laporan Akhir ini tidak luput dari kekurangan dan kelemahan. Maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik untuk membangun kesempurnaan pada Laporan ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Laporan Akhir ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun bagi para pembaca.

Palembang, Juli 2022

Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis menyadari bahwa laporan ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, petunjuk, masukan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini, khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa MT., Selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB. Selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, SE., MM Selaku Seketaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M., Selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis.
5. Bapak Yusnizal Firdaus, S.E., M.M, Selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu dan tenaga untuk membimbing, memberikan arahan, nasihat serta ilmu dalam penyelesaian Laporan ini.
6. Ibu Lisnini, S.E., M.Si, Selaku Dosen Pembimbing II yang telah Memberikan Masukan, Saran serta nasihat dalam Penyelesaian Laporan ini.
7. Ibu Maryati Selaku Pemilik Percetakan Mulia Wahyu Pratama yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melakukan penelitian pada usaha yang dijalankannya.
8. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan bekal ilmu dan bimbingan kepada penulis
9. Kepada Orang tua Tercinta ayahanda Supriyadi Yanto dan ibunda Rosidah yang selalu sabar dalam mendidik, mendoakan, serta memberikan semangat tiada henti kepada penulis.
10. Kepada kedua adik saya Muhammad Farhan dan Muhammad Ilham yang selalu memberikan kasih sayang dan memberikan semangat selama ini.

11. Rekan sesama mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya teman-teman seperjuangan di kelas 6 NC yang memberikan semangat, keceriaan dan dukungan kepada penulis
12. Semua pihak yang telah memberikan bantuannya kepada penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis. Semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapatkan limpahan balasan pahala dari Allah SWT, Aamiin.

Palembang, Juli 2022

Penulis



## **ABSTRAK**

Percetakan Mulia Wahyu Pratama merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang percetakan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan kondisi lingkungan internal dan eksternal yang ada di perusahaan. Pengumpulan data dilakukan dengan riset lapangan berupa wawancara kepada pemilik dan observasi secara langsung Pada Percetakan Mulia Wahyu Pratama kemudian melakukan pengolahan data yang di peroleh dari metode Matriks SWOT dan Matriks Internal-Eksternal Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Dalam hal ini penulis menyebarkan kuesioner kepada 7 responden untuk mencari nilai bobot dalam matrik SWOT IFE dan EFE. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Percetakan Mulia Wahyu Pratama berada pada Kuadran I artinya dapat menggunakan strategi agresif dengan cara menggunakan faktor dari Strength-Opportunity (S-O) sebagai strategi pengembangan bisnisnya dimana posisi ini merupakan posisi yang menguntungkan bagi Percetakan Mulia Wahyu Pratama.

Kata kunci: *Strategi Pemasaran, Analisis SWOT*

## **ABSTRACT**

Mulia Wahyu Pratama Printing is a business engaged in the printing sector. The purpose of this study is to describe the internal and external environmental conditions in the company. Data collection was carried out by field research in the form of interviews with the owner and direct observation at Mulia Wahyu Pratama Printing and then processing the data obtained from the SWOT Matrix and Internal-External Matrix. This study used a descriptive qualitative approach. In this case, the author distributes a questionnaire to 7 respondents to find the value of the weights in the SWOT IFE and EFE matrices. The results showed that Mulia Wahyu Pratama Printing was in Quadrant I, meaning that it could use an aggressive strategy by using the Strength-Opportunity (S-O) factor as its business development strategy where this position is a profitable position for Mulia Wahyu Pratama Printing.

Keywords: Marketing Strategy, SWOT Analysis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman:</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Pemilihan Judul.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	3
1.3. Ruang Lingkup Pembahasan .....	3
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	3
1.4.1. Tujuan Penelitian.....	3
1.4.2. Manfaat Penelitian.....	4
1.5. Metodologi Penelitian .....	4
1.5.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	4
1.5.2. Jenis Dan Sumber Data.....	4
1.5.3. Metode Pengumpulan Data.....	5
1.5.4. Analisa Data.....	6

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1. Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.1. Tujuan Pemasaran.....	8
2.1.2. Adapun jenis-jenis pemasaran.....	8
2.1.3. Manfaat Pemasaran.....	9
2.1.4. Konsep Strategi Pemasaran.....	10
2.1.5. Faktor Penunjang Pemasaran.....	11
2.1.6. Perumusan Strategi Pemasaran.....	12
2.1.7. Bauran Pemasaran (7P).....	15
2.2. Analisis SWOT.....	16
2.2.1. Definisi SWOT (Strenght-Weakness-Opportunity-Threat)	16
2.2.2. Matriks SWOT.....	19

## **BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN**

3.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	22
3.2. Visi, Misi, dan Motto Perusahaan .....	23
3.2.1. Visi Percetakan Mulia Wahyu Pratama.....	23
3.2.2. Misi Percetakan Mulia Wahyu Pratama.....	23
3.2.3. Logo/Motto Percetakan Mulia Wahyu Pratama.....	23
3.3. Struktur Organisasi dan Pembagian tugas .....	24
3.3.1. Struktur Organisasi Percetakan Mulia Wahyu Pratama	24
3.3.2. Pembagian Tugas	25
3.4. Data Penetapan Harga Jual di Percetakan Mulia Wahyu Pratama	27
3.5. Contoh Produk.....	27
3.6. Media Promosi yang Dilakukan oleh Percetakan Mulia Wahyu Pratama .....	31
3.7. Target dan Realisasi Penjualan Percetakan Mulia Wahyu Pratama	33

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1. Hasil Penelitian.....	35
4.1.1. Penentuan Pasar.....	35
4.1.2. Perencanaan Produk.....	35
4.1.3. Penentuan Harga.....	36
4.1.4. Strategi Distribusi.....	37
4.1.5. Promosi dan Komunikasi.....	38

4.2. Pembahasan .....	39
4.3. Implementasi Analisis Swot Pada Percetakan Mulia Wahyu Pratama .....	43

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan.....	52
5.2. Saran .....	53

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>54</b>
-----------------------------	-----------

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

### Halaman:

Tabel 2.1	Matriks SWOT .....	20
Tabel 3.1	Penetapan Harga Jual di Percetakan Mulia Wahyu Pratama .....	27
Tabel 3.2	Target dan Realisasi Penjualan Percetakan Tahun 2017-2021 .....	33
Tabel 4.1.	Daftra Harga Barang Percetakan Mulia Wahyu Pratama.....	37
Tabel 4.2	Matrix Internal Factor Evaluation (IFE Matrik) Pada Percetakan Mulia Wahyu Pratama .....	44
Tabel 4.3	Matrix External Factor Evaluation (EFE Matrik) Pada Percetakan Mulia Wahyu Pratama .....	45
Tabel 4.4	Keputusan Strategi dengan Pendekatan Matriks SWOT pada Percetakan Mulia Wahyu Pratama.....	46

## DAFTAR GAMBAR

### Halaman:

Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT .....	18
Gambar 3.1 Logo Percetakan Mulia Wahyu Pratama.....	23
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Percetakan Mulia Wahyu Pratama.....	25
Gambar 3.3 Plakat.....	28
Gambar 3.4 Selempang Wisuda.....	28
Gambar 3.5 Undangan Pernikahan .....	29
Gambar 3.6 Mug Sablon .....	30
Gambar 3.7 Yasin.....	30
Gambar 3.8 Media Promosi Instagram Percetakan.....	31
Gambar 3.9 Media Promosi Akun Whatsapp Percetakan.....	32
Gambar 4.1 Sistem Flow Order .....	38
Gambar 4.2 Diagram Matriks SWOT .....	50

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Surat Permohonan Pengambilan Data
- Lampiran 2 Surat Izin Pengambilan Data
- Lampiran 3 Surat Balasan Izin Pengambilan Data
- Lampiran 4 Lembar Kunjungan Mahasiswa
- Lampiran 5 Lembar Kesepakatan Laporan Akhir Pemimbing I
- Lampiran 6 Lembar Kesepakatan Laporan Akhir Pemimbing II
- Lampiran 7 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 8 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 9 Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 10 Lembar Revisi
- Lampiran 11 Lembar Kuesioner
- Lampiran 12 Daftar Wawancara
- Lampiran 13 Lembar Persetujuan Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 14 Hasil Kuesioner Faktor Internal dan Eksternal



