

**IDENTIFIKASI STRATEGI PEMASARAN SALON MUSLIMAH UMMI
MENGUNAKAN ANALISIS SWOT**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan
Pendidikan Diploma III Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Oleh:

**DYAH ANINDITA KUNANDA
0611 3060 0534**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA PALEMBANG
JUUSAN ADMINISTRASI BISNIS
2014**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
Jalan Srijaya Negara, Bukit Besar Palembang
Telp. 0711-353414, E-mail: info@polsri.ac.id



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dyah Anindita Kunanda
NIM : 0611 3060 0534
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Identifikasi Strategi Pemasaran Salon Muslimah
Ummi Menggunakan Analisis SWOT

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut diatas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri
2. Laporan Akhir 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 2014

Yang membuat pernyataan

METERAI
TEMPEL
6000

Dyah Anindita Kunanda
NIM 0611 3060 0534

**IDENTIFIKASI STRATEGI PEMASARAN SALON MUSLIMAH UMMI
MENGUNAKAN ANALISIS SWOT**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan
Pendidikan Diploma III Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh:

**DYAH ANINDITA KUNANDA
0611 3060 0534**

Menyetujui,

**Palembang, Juni 2014
Pembimbing II,**

Pembimbing I,

**Jusmawi Bustan, S.E., M.Si.
NIP 195901011989031006**

**H. Markoni, S.E., M.B.A.
NIP 196103251989031001**

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis**

**Hendra Sastrawinata, S.E., M.M.
NIP 197208182003121002**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
Jalan Srijaya Negara, Bukit Besar Palembang
Telp. 0711-353414, E-mail: info@polsri.ac.id



LEMBAR PENGESAHAN
TIM PENGUJI LAPORAN AKHIR

Nama : Dyah Anindita Kunanda
NIM : 0611 3060 0534
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Identifikasi Strategi Pemasaran Salon Muslimah
Ummi Menggunakan Analisis SWOT

Telah dipertimbangkan di hadapan Dewan Penguji Ujian Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis
Dan dinyatakan LULUS

Pada hari : Senin
Tanggal : 14 Juli 2014

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Al Hushori, S.E., M.AB</u> Ketua		2 Oktober
2.	<u>H. Markoni Badri, S.E., MBA</u> Anggota		15 September
3.	<u>Dra. Yusleli Herawati, M.M.</u> Anggota		15 September
4.	<u>Munfaridi, S.E., M.Si.</u> Anggota		16 September

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur dipanjatkan berkat rahmat Allah SWT laporan ini yang berjudul “Identifikasi Strategi Pemasaran Salon Muslimah Ummi Menggunakan Analisis SWOT” dapat penulis selesaikan tepat waktu. Penulisan Laporan Akhir ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Politeknik Negeri Sriwijaya.

Adapun permasalahan yang penulis kemukakan pada penulisan laporan akhir ini adalah mengenai bagaimana formulasi strategi Salon Muslimah Ummi menggunakan analisis SWOT dan tujuannya adalah untuk merumuskan strategi pemasaran Salon Muslimah Ummi menggunakan analisis SWOT. Penulis memperoleh data dengan menggunakan metode wawancara dan kuesioner yang kemudian data tersebut diolah menggunakan analisis kuantitatif deskriptif. Analisis SWOT merupakan alat analisis kuantitatif yang digunakan oleh penulis yang kemudian diinterpretasikan penulis ke dalam pengertian kualitatif.

Hasil laporan akhir ini adalah Salon Muslimah Ummi berada pada kuadran I pada matriks SWOT. Hasil laporan akhir ini membuat penulis menyimpulkan bahwa faktor-faktor internal (*strengths* dan *weaknesses*) dan faktor-faktor eksternal (*opportunities* dan *threats*) yang telah diidentifikasi dan dianalisis menunjukkan strategi yang harus digunakan oleh Salon Muslimah Ummi yaitu strategi SO (*strengths-opportunities*) yang mendukung strategi agresif.

Penulisan laporan akhir yang telah dilakukan oleh ini mudah-mudahan dapat dilanjutkan dengan penelitian-penelitian lebih mendalam selanjutnya, lingkungan terus berubah dan perubahan tentu selalu memunculkan gagasan berlanjut. Semoga laporan akhir ini dapat bermanfaat bagi yang membacanya.

Palembang, Juni 2014

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamulillahirobbil'alamin, penulis panjatkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini tepat pada waktunya.

Adapun terwujudnya Laporan Akhir ini adalah berkat bimbingan dan bantuan serta petunjuk dari berbagai pihak yang tak ternilai harganya. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis menghaturkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak R.D. Kusmanto, S.T., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Hendra Sastrawinata, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Bapak Heri Setiawan, S.E., MAB., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis.
4. Bapak Jusmawi Bustan, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan saran, petunjuk dan bimbingannya dalam penulisan laporan akhir ini.
5. Bapak H. Markoni Badri, S.E., M.B.A., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran, petunjuk dan bimbingannya dalam penulisan laporan akhir ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang berguna bagi penulis.
7. Kedua orang tua saya yang tercinta yang telah banyak memberikan pengorbanan baik moril maupun materil serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir ini.
8. Ibu Nurulhuda selaku pemilik usaha Salon Muslimah Ummi pemilik usaha Salon Muslimah Ummi yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan dalam penyelesaian laporan akhir ini.

9. Kedua saudaraku yang tercinta yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan laporan akhir ini.
10. Meutia Sabena, Dita Maya Sari, dan Arava Detha Oryza yang telah menemani dan berjuang bersama-sama dalam membuat laporan akhir.
11. Seluruh teman dekat saya yang telah memberikan semangat, motivasi dan dukungan selama saya menyelesaikan laporan akhir ini.
12. Seluruh teman-teman seangkatan, terutama kelas 6ND terima kasih atas dukungan dan kebersamaanya selama 3 (tiga) tahun ini.
13. Teman-teman Bujang Gadis Polsri dan Bujang Gadis Kampus Sumatera Selatan yang telah memberikan dukungan dan semangat serta pengertian kepada saya selama membuat laporan akhir ini.
14. Dan semua orang yang telah mendoakan dan membantu penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga bantuan dan jerih payah dari semua pihak akan mendapat ridho berkat dari Allah SWT. Akhirnya penulis mengharapkan semoga Laporan Akhir ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan dengan sebaik-baiknya.

Palembang, Juni 2014

Penulis

MOTTO:

Do what you love.

(Penulis)

Laporan Ini Kupersembahkan Untuk:

- *Ayah dan Umi yang tak pernah berhenti memberikan semangat dan mendoakan saya*
- *Kedua saudaraku: kakak dan donga*
- *Dosen pembimbing yang telah membimbingku dalam menyelesaikan laporan ini*
- *Penyemangatku Meutia Sabena dan Arava Detha Oryza dan teman dekat saya yang lainnya.*
- *Teman-teman seperjuangan kelas 6ND*
- *Almamaterku*

ABSTRACT

This research is aimed to identify the marketing strategy of Muslimah Ummi Saloon. The purpose of this research is to formulate Muslimah Ummi Saloon marketing strategies using a SWOT analysis which is Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats. This research is using SWOT analysis and the method of its analysis is quantitative descriptive. Based on internal and external factors of Muslimah Ummi Saloon, it shows that Muslimah Ummi Saloon is currently use ST strategy, but from the analysis Muslimah Ummi Saloon must use SO strategy. It would be better if Muslimah Ummi Saloon more leverage its power and opportunity to its full potential.

Key Words: SWOT Analysis, Marketing Strategy, Internal Factors, External Factors, IFAS Matrix, EFAS Matrix

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Ruang Lingkup Pembahasan	3
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1. Tujuan Penelitian.....	4
1.4.2. Manfaat Penelitian.....	4
1.4.2.1. Manfaat Bagi Perusahaan	4
1.4.2.2. Manfaat Bagi Penulis	4
1.4.2.3. Manfaat Bagi Pembaca	4
1.5. Metodologi Penelitian	4
1.5.1. Jenis dan Sumber Data	4
1.5.2. Metode Pengumpulan Data	5
1.5.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	5

1.5.3.1. Populasi	5
1.5.3.2. Sampel	6
1.5.3.3. Teknik Penarikan Sampel	6
1.5.4. Skala Pengukuran	6
1.5.5. Analisis Data	7
1.5.5.1. <i>Internal Strategic Factors</i>	
<i>Analysis Summary (IFAS)</i>	7
1.5.5.2. <i>Eksternal Strategic Factors</i>	
<i>Analysis Summary (EFAS)</i>	7
1.6. Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Konsep Strategi	11
2.2. Perumusan Strategi Pemasaran.....	12
2.3. Definisi SWOT	
(<i>Strength-Weakness-Opportunity-Threat</i>)	14
2.4. Analisis SWOT	15
2.5. Matriks SWOT	17
BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	
3.1. Sejarah Singkat Perusahaan	19
3.2. Visi dan Misi Perusahaan	20
3.2.1. Visi Perusahaan	20
3.2.2. Misi Perusahaan.....	20
3.3. Struktur Organisasi Perusahaan dan Uraian Tugas	20
3.3.1. Struktur Organisasi Perusahaan	20
3.3.2. Uraian Tugas	21
3.4. Penetapan Harga	21
3.5. Faktor Internal dan Eksternal Salon Muslimah Ummi	26
3.6. Profil Responden	29
3.7. Rekapitan Hasil Kuesioner	30

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis IFAS (<i>Internal Strategic Factors Analysis Summary</i>)& EFAS (<i>Eksternal Strategic Factors Analysis Summary</i>).....	33
4.1.1. Matriks IFAS	36
4.1.2. Matriks EFAS	37
4.1.3. Indeks Posisi Salon Muslimah Ummi	39
4.1.4. Diagram Analisis SWOT Salon Muslimah Ummi	39
4.2. Matriks SWOT	41

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	44
5.2. Saran	45

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Rating Scale</i>	6
Tabel 3.1 Daftar Harga Perawatan Salon Muslimah Ummi	22
Tabel 3.2 Faktor-faktor Internal Salon Muslimah Ummi	28
Tabel 3.3 Faktor-faktor Eksternal Salon Muslimah Ummi	29
Tabel 3.4 Rekapitan Hasil Kuesioner Responden Internal	30
Tabel 3.5 Rekapitan Hasil Kuesioner Responden Eksternal	31
Tabel 4.1 Perhitungan Penilaian Internal dan Eksternal	34
Tabel 4.2 Matriks IFAS (<i>Internal Strategic Factors Analysis Summary</i>)	36
Tabel 4.3 Matriks EFAS (<i>Eksternal Strategic Factors Analysis Summary</i>).....	37
Tabel 4.4 Indeks Posisi Salon Muslimah Ummi	39

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Diagram 2.1 Analisis SWOT	16
Diagram 2.2 Matriks SWOT	18
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Salon Muslimah Ummi	20
Diagram 4.1 Diagram Analisis SWOT Salon Muslimah Ummi	40
Diagram 4.2 Matriks SWOT Salon Muslimah Ummi	41

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Izin Pengambilan Data
2. Permohonan Surat Pengantar Pengambilan Data
3. Surat Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
4. Surat Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
5. Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
6. Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
7. Lembar Pelaksanaan Revisi Laporan Akhir
8. Lembar Wawancara dengan Pemilik Usaha Salon Muslimah Ummi
9. Kuesioner Penelitian Internal
10. Kuesioner Penelitian Eksternal