

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN JAMU MADURA DI PT. XXX KABUPATEN BANGKALAN MADURA

Abdul Wahib Ar¹, Abdul Azis Jakfar², Iffan Maflahah³
Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Pertanian,
Universitas Trunojoyo Madura PO Box 2 Kamal, Jawa Timur
Wahibary@gmail.com

ABSTRAK

Tingginya potensi bisnis jamu membuat semakin banyak para pelaku usaha ingin menggelutinya, sehingga membuat iklim persaingan industri jamu semakin ketat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor kekuatan, kelemahan internal dan peluang, ancaman eksternal, agar bisa digunakan untuk merumuskan alternatif strategi pemasaran untuk PT. XXX. Sumber data pada penelitian ini berasal dari wawancara, dan pengisian kuisioner. Metode penelitian yang digunakan yaitu wawancara dan pengisian kuisioner, sedangkan analisis data menggunakan IFE, EFE, CPM, IE, SWOT, dan QSPM. Purposive sampling merupakan metode penetapan responden yang digunakan pada penelitian ini. Hasil Matrik IFE (Internal Factor Evaluation), yaitu PT. XXX memiliki kekuatan terbesar pada produksi yang berkelanjutan dengan skor 0,334, sedangkan penelitian dan pengembangan jarang dilakukan menjadi kelemahan utama dengan skor 0,279. Persepsi masyarakat Indonesia terhadap ramuan Madura menjadi peluang terbaik pada Matrik EFE (External Factor Evaluation) dengan skor 0,408, dan teknologi yang terus berkembang menjadi ancaman terbesar PT. XXX dengan skor 0,311. Dari hasil perumusan strategi yang sudah diperingkatkan pada QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). Strategi pemasaran terbaik yang bisa diimplementasikan yaitu. Memperluas pangsa pasar dengan memperbanyak partnership untuk agen dan ritail penjualan, dengan cara memberi kesempatan kepada agen disekitar wilayah Kabupaten/Kota yang belum ada agen utamanya, untuk memberi pasokan produk kepada retailer tersebut agar agen semakin loyal dan mempercepat tumbuhnya retailer baru.

Kata kunci: *Jamu, lingkungan Internal dan Eksternal, Strategi Pemasaran*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan atas kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW. yang telah menuntun kita dari jaman kejahiliahan menuju jaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Jamu Madura Di PT. XXX Bangkalan Madura” dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini segala kegiatan tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga semua berjalan dengan lancar. Pada kesempatan ini penulis mengungkapkan terimakasih atas bantuan, bimbingan dan motivasi yang diberikan selama proses penelitian hingga penyusunan laporan, kepada yang terhormat:

1. Dr. Ir. Slamet Subari, M.Si selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Trunojoyo Madura.
2. Dr. Mohammad Fuad FM. S.TP., M.Si selaku Ketuan Program Studi Teknologi Industri Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Trunojoyo Madura.
3. Dr. Ir. Abdul Azis Jakfar, M.Tmi, Iffan Maflahah, S.TP., M.Si selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan saran, motivasi, dan semangat dalam penyusunan karya ini hingga selesai.
4. Millatul Ulya ,STP., MT dan Khoirul Hidayat, ST., MT selaku penguji yang telah memberikan saran dan masukan untuk menyempurnakan karya ini.
5. Seluruh dosen Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Pak Supri, Bu Ima, Bu Banun, Bu Laila, Bu Umi, Pak Burhan, Pak Askur, Pak Fuad, Pak Cahyo, Pak Fajar, Pak Fahri, Bu Mila, Bu Iffan, Bu Rahma yang memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat dan barokah.
6. Bapak, Ibu, dan dulur-dulur kabeh yang membekali penulis dengan do’a, dukungan, semangat dan perhatian yang luar biasa selama ini.

7. Amam, Fuad, Rahman, Nizar, Wahyu, Daus, Fendi, Novi, Monica, Yuni, Ulfa, Lusi, Lely, dan seluruh teman-teman TIP 2011 atas hari-hari yang penuh dengan tawa dan canda , terima kasih atas semuanya.
8. Anak-anak kos dan kontraan : wiwit , didik, mas,al fasih(timbul), mas fahmi , mas benny frank ciyus , masud, galuh , agus pri, zaini, adi gendut, dika , Jefri, amam, abid, fuad, agri,amrul, dll terima kasih atas semuanya
9. Buat dulur2 PSHT erick (polo), mas doni V, alm. Naouval. Mas trisca , mas agung, mas teguh, mas agus ,didik dika , wahib arek2 ATK rayon cendana , rayon graha , konco ngopi di warung yuk sri (pak tua) rayon telang dan seluruh saudara2 psht lainnya terima kasih atas semuanya.
10. Terima kasih Pak Faisol PT. XXX, Terima kasih pak seger dan bu seger

Penulis sangat menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat diperlukan demi kesempurnaan laporan ini. Semoga karya ini bermanfaat bagi pembaca.

Bangkalan, 30 Juli 2015
Penulis,

Abdul Wahib Ar
NIM. 11.03.3.1.1.00076

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	2
1.3 Rumusan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
II. TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Diskripsi Jamu.....	4
2.2 Pemasaran.....	5
2.3 Bauran Pemasaran.....	6
2.4 Analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunity, Threats</i>).....	8
2.4.1 Analisis Faktor Lingkungan Internal (Kekuatan dan Kelemahan).....	9
2.4.2 Analisis Faktor Lingkungan Eksternal (Peluang dan Ancaman).....	10
2.4.2.1 Lingkungan Mikro.....	11
2.4.2.2 Lingkungan Makro.....	14
2.5 Formulasi Alternatif Strategi.....	15
2.5.1 Matrik <i>Exsternal Factor Evaluation</i> (EFE) dan Matrik <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	16
2.5.2 Analisis <i>Competitive Profile Matrix</i> (CPM).....	19
2.5.2 Matrik <i>Internal External</i> (IE).....	19
2.5.3 Analisis Matrik <i>Sreangths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i> (SWOT).21	
2.5.4 Analisis <i>Quantitative Strategy Planning Matrix</i> (QSPM).....	22

III. METODE PENELITIAN	24
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	24
3.2 Jenis dan Sumber Data	24
3.3 Pengumpulan Data	27
3.4 Pengolahan dan Analisis Data	28
3.5 Proses Perumusan dan Analisis Strategi	28
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Bauran Pemasaran	30
4.1.1 Produk (<i>Product</i>)	30
4.1.2 Harga (<i>Price</i>)	31
4.1.3 Promosi (<i>Promotion</i>)	31
4.1.4 Distribusi/tempat (<i>Place/Distribution</i>)	32
4.2 Analisis Lingkungan Internal	33
4.2.1 Sumber Daya Manusia	33
4.2.2 Produksi	34
4.2.3 Penelitian dan Pengembangan	35
4.2.4 Keuangan	36
4.2.5 Pemasaran	36
4.3 Lingkungan Eksternal	36
4.3.1 Lingkungan Makro	36
4.3.1.1 <i>Demography Envirenment</i> (Lingkungan Demografis)	36
4.3.1.2 <i>Economic Envirenment</i> (Lingkungan Ekonomi)	37
4.3.1.3 <i>Cultural Environment</i> (Lingkungan Budaya)	37
4.3.1.4 <i>Political Environment</i> (Lingkungan Politik)	38
4.3.1.5 <i>Technological Environment</i> (Lingkungan Teknologi)	38
4.3.2 Lingkungan Mikro	38
4.3.2.1 Ancaman Pendetang Baru	38
4.3.2.2 Tingkat Persaingan Antar Perusahaan	39
4.3.2.3 Ancaman Produk Pengganti	49
4.3.2.4 Kekuatan Tawar Menawar Pemasok	40

4.3.2.5 Kekuatan Tawar Menawar Pembeli.....	40
4.4 Formulasi Alternatif Strategi.....	41
4.4.1 Analisis Matrik <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	41
4.4.2 Analisis Matrik <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	43
4.4.3 Analisis <i>Competitive Profile Matrix</i> (CPM).....	45
4.4.4 Analisis Matrik <i>Internal External</i> (IE).....	46
4.4.5 Analisis Matrik <i>Strength, Weakness, Opportunity, Threats</i> (SWOT).....	47
4.4.6 Hasil <i>Quantitative Strategy Planning Matrix</i> (QSPM).....	49
V. KESIMPULAN	51
5.1 KESIMPULAN.....	51
5.2 SARAN.....	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	55

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1	Konsep Pengembangan Obat Bahan Alam Indonesia.....	5
Tabel 2.2	Penilaian Bobot Faktor Internal Perusahaan.....	17
Tabel 2.3	Penilaian Bobot Faktor Eksternal Perusahaan.....	17
Tabel 2.4	Analisis Matrik <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	18
Tabel 2.5	Analisis Matrik <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	19
Tabel 2.6	Matrik <i>Internal External</i> (IE).....	20
Tabel 2.7	<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM).....	23
Tabel 4.1	Daftar Harga Produk PT. XXX.....	31
Tabel 4.2	<i>Outlet Partnership</i> PT. XXX.....	33
Tabel 4.3	Tenaga Kerja PT. XXX.....	34
Tabel 4.4	Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kab. Bangkalan atas Dasar Harga Konstan 2000.....	37
Tabel 4.5	<i>Partner Supplier</i> PT. XXX.....	40
Tabel 4.6	Faktor-Faktor Lingkungan Internal PT. XXX.....	41
Tabel 4.7	Matrik <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE) PT. XXX.....	42
Tabel 4.8	Faktor Lingkungan Eksternal PT. XXX.....	44
Tabel 4.9	Matrik <i>External Factor Evaluation</i> (EFE) PT. XXX.....	44
Tabel 4.10	Hasil Analisis <i>Competitive Profile Matrix</i> (CPM) PT. XXX.....	46
Tabel 4.11	Peringkat Strategi Berdasarkan <i>Quantitative Strategy Planning Matrix</i> (QSPM) PT. XXX.....	49

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Tahap Perumusan Strategi.....	16
Gambar 2.2 Matrik <i>Sreangths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i> (SWOT).....	21
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian.....	24
Gambar 4.1 Produk Jamu Galian Rapet PT. XXX.....	30
Gambar 4.2 Diagram Alir Distribusi.....	32
Gambar 4.3 Diagram Alir Proses Produksi.....	35
Gambar 4.4 Matrik <i>Internal External</i> (IE).....	47
Gambar 4.5 Matrik <i>Strength,Weakness,Opportunity,Threaths</i> (SWOT).....	48

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 Kuisisioner Faktor Internal dan Eksternal.....	55
Lampiran 2 Perhitungan Bobot Faktor Internal.....	67
Lampiran 3 Perhitungan Bobot Faktor Eksternal.....	68
Lampiran 4 Perhitungan <i>Rating</i> Faktor Internal.....	59
Lampiran 5 Perhitungan <i>Rating</i> Faktor Eksternal.....	70
Lampiran 6 Kuisisioner <i>Competitive Profile Matrix</i> (CPM).....	71
Lampiran 7 Kuisisioner <i>Quantitative Strategy Planning Matrix</i> (QSPM)	75