

**Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan SWOT Pada Perusahaan
Mbiz.co.id**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



M Heri Khudori

1161001027

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2020

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang diuji maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar

Nama : M HERI KHUDORI

NIM : 1161001027

Tanda Tangan : 

Tanggal : 24 Agustus 2020




Halaman pengesahan tugas akhir

Tugas Akhir Ini Diajukan Oleh:

Nama : M HERI KHUDORI
NIM : 1161001027
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : **Analisis Strategi Pemasaran dengan pendekatan SWOT pada perusahaan mbiz.co.id**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Holila Hatta, S.Pd., M.M ()
Penguji I : Dominica arni widyastuti. SE.,MM ()
Penguji II : Ananda Fortunisa., SE., M.SI ()

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal : 24 Agustus 2020

Kata Pengantar

Puji syukur saya berikan kepada tuhan yang Maha Esa saya bisa mengerjakan proposal skripsi ini yang berjudul “**Analisis Strategi Pemasaran dengan pendekatan SWOT pada perusahaan mbiz.co.id**” Penulisan Tugas Akhir ini dilaksanakan untuk menyelesaikan kewajiban sebagai mahasiswa dan mendapatkan gelar S.M (sarjana manajemen). Saya memahami bahwasannya, tanpa bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak, pada masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, untuk menyelesaikannya sangat sulit saya ucapkan terimakasih untuk :

1. Ibu Holila Hatta, S.Pd., M.M Selaku Dosen Pembimbing Yang sudah Dengan Sabar dalam Memberikan Bimbingan Selama Proses Penyelesaian Tugas Akhir Ini yang sangat bermanfaat.
2. Ibu Dominica arni widyastuti. SE., MM Selaku Dosen Pembahas Yang Telah Memberikan Masukan Untuk Penyempurnaan proposal skripsi ini.
3. Ibu Ananda Fortunisa., SE., M.SI Selaku Dosen Pembahas Yang Telah Memberikan Saran Dan Masukan Untuk Penyempurnaan Tugas Akhir.
4. Selaku Dosen Pembahas Yang Telah Memberikan Saran Dan Masukan Untuk Penyempurnaan Tugas Akhir Ini.
5. Bapak Sarbini Dan Ibu Saudah Selaku Orang Tua Penulis Yang Selalu Mendukung Dan Mendoakan.
6. M Khoirul Umam Selaku Kakak Kandung Penulis Yang Selalu Mendukung Dan Mendoakan Penulis Selama Masa Perkuliahan.
7. Bapak M. Taufik Amir, Se. Mm, Ph.D Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bakrie.
8. Semua kawan-kawan Manajemen Angkatan 2016 Yang Selalu Memberikan Semangat.

Saya Sangat Memahami Bahwa Pada Penyusunan Dan Penyajian Tugas Akhir Ini Masih Terdapat Banyak Kekurangan. Semoga Semua Jerih Payah Dan Bantuan Yang Diberikan Dibalas Oleh Yang Maha Esa.

Jakarta, 24 Agustus 2020



M Heri Khudori

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Selaku civitas akademik universitas bakrie, saya bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M Heri Khudori
Nim : 1161001027
Program study : manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu sosial
Jenis tugas akhir : Skripsi

Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, menyetujui memberikan kepada universitas bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right) atas tugas akhir yang berjudul :

“Analisis Strategi Pemasaran dengan pendekatan SWOT pada perusahaan mbiz.co.id”

Beserta staf yang ada (jika dibutuhkan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, universitas bakrie berhak menyimpan, mengelola dalam bentuk data (database), merawat dan mempublikasikan proposal tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak cipta untuk kepentingan akademik.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 24 agustus 2020

Yang menyatakan



M Heri Khudori

ABSTRAK

M Heri Khudori, SKRIPSI. Judul : **“Analisis Strategi Pemasaran dengan pendekatan SWOT pada perusahaan mbiz.co.id”**

Pembimbing : Holila Hatta, S.Pd., M.M

Kata Kunci : Strategi Pemasaran , Business To Business, Marketing Mix

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadikan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi perusahaan Mbiz.co.id pada bidang E-commerce dan E-procurement, menentukan sebuah strategi pemasaran apa yang tepat digunakan pada perusahaan Mbiz.co.id.

Didalam penelitian atau analisis ini penulis menggunakan sebuah metode penelitian deskriptif kualitatif dengan objek penelitian yang digunakan seperti metode observasi, metode wawancara dan metode study pustaka, untuk teknik analisis menggunakan sebuah teknik analisis SWOT yang dikombinasi menggunakan IFAS, EFAS dan IE Matrik untuk mengetahui posisi perusahaan dan strategi apa yang tepat untuk dijalankan agar lebih efektif dan tepat sasaran.

Berdasarkan analisis SWOT pada sebuah tabel IFAS dan EFAS dijelaskan bahwasannya hasil atau skor dari faktor internal adalah 2.914 bahwasannya Mbiz.co.id memiliki kekuatan dan kelemahan rata-rata dengan ini sebuah kekuatan pada hal tersebut dapat membackup atau meminimalkan sebuah kekurangan yang ada pada Mbiz.co.id. sedangkan jumlah skor dari faktor eksternal yaitu 3.008 bahwasannya Mbiz.co.id mempunyai peluang dalam meningkatkan atau menjadikan perusahaan berkembang dimasa yang akan datang dengan cara mencegah atau mengatasi terhadap ancaman yang datang dan sedang terjadi.

Sedangkan pada matrik internal – eksternal (IE Matrik) pada perusahaan Mbiz.co.id berada pada kuadrat V yang artinya memiliki keseimbangan pada posisi rata-rata dengan ini perusahaan Mbiz harus menerapkan strategi stabilitas untuk menjaga kesetabilan perusahaan itu sendiri.

ABSTRACT

M Heri khudori, THESIS. Subject: "Marketing Strategy Analysis with SWOT approach at mbiz.co.id company"

Advisor : Holila Hatta, S.Pd., M.M Advisor : Holila Hatta, S.Pd., M.M

Keyword : Marketing Strategies , Business To Business, Marketing Mix

This research was meant to identify factors that made the strengths, weaknesses, opportunities and threats to the mbiz business.co. Id on the field of e-commerce and e-procurement, determined a marketing strategy that would be appropriate for the mbiz business.co. id.

In this study or analysis the author USES a qualitative descriptive study method using the research methods used such as observation methods, interview methods and study methods of libraries, for analysis techniques using ifas, efas and ie matrik to know which company's position and strategy is appropriate to implement to be more effective and targeted.

Based on swot analysis on the ifas and efas tables it was explained that the results or file of internal factors was 2.914 that it was mbiz. Id has power and averages with this a force on it can back down or minimize a lack on mbiz. Whereas the score of the external factor was 3.008 that it was mbiz. Id has the opportunity to raise or make companies a better future by preventing or addressing the threats that are coming and taking place.

Whereas in the internal matter-external (IE matrik) in the mbiz company. The id is in the square v, which means having an equilibrium to the average position by this prudishness mbiz should apply a stability strategy to maintain the company's original ownershi

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
Halaman pengesahan tugas akhir.....	ii
Kata Pengantar	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR GAMBAR.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR TABEL	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.
BAB I.....	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.3 Batasan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II	Error! Bookmark not defined.
KAJIAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.2 Strategi Dan Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.3 Manfaat Strategi Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.4 Business To Business.....	Error! Bookmark not defined.
2.5 STP (<i>Segmentation, Targeting Dan Positioning</i>).....	Error! Bookmark not defined.
2.6 Pengertian <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaraan).....	Error! Bookmark not defined.
2.7 SWOT	Error! Bookmark not defined.
2.8 Hipotesis yang terdapat dalam penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB III.....	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.6 Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.7 Analisis IFAS Dan EFAS Pada Analisis SWOT.....	Error! Bookmark not defined.

3.8 Analisis SWOT	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
PENJELASAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Penjelasan Data Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2 Visi, misi dan struktur organisasi perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.6 BAURAN PEMASARAN	Error! Bookmark not defined.
BAB V	
KESIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
5.1 KESIMPULAN	Error! Bookmark not defined.
5.2. SARAN	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN WAWANCARA	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikiran.....	22
Gambar 4.1 struktur organisasi.....	35
Gambar 4.2 proses transaksi mbiz.co.id.....	41
Gambar 4.3 pengguna internet diindonesia tahun 2020.....	54

DAFTAR TABEL

Table 2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 3.1 Jenis Data Dan Alat	
Pengumpulan Data Observasi.....	26
Tabel 3.2 Data Infomasi Pada Mbiz.Co.Id.....	27
Tabel 3.3 jenis Data Dan Alat	
Pengumpulan Data Wawancara.....	27
Tabel 3.4 Ifas rating.....	29
Tabel 3.5 Efas rating.....	29
Tabel 3.6 ifas skala.....	30
Tabel 3.7 Efas skala.....	30
Tabel 3.8 IE Matrik.....	32
Table 4.1 Tabulasi.....	37
Tabel 4.2 Vendor dan klien mbiz.....	38
Tabel 4.3 Ifas rating.....	41
Tabel 4.4 Efas rating.....	42
Tabel 4.5 Ifas skala.....	43
Tabel 4.6 Efas skala.....	44
Tabel 4.7 IE Matrik.....	45
Tabel 4.8 Fokus Strategi Pemasaran Mbiz.Co.Id.....	49
Tabel 4.9 Rencana Strategi Alternatif Mbiz.Co.Id.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN WAWANCARA.....	61
Lampiran dokumentasi wawancara online.....	62