

**ANALISIS SWOT PADA CV. HAYATI PADANG DALAM MEMASARKAN  
SEPEDA MOTOR MEREK HONDA**

**TUGAS AKHIR**

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen (DIII)  
Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya*



**Oleh:**

**FIRMAN ALHADI**

**15449/2009**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERDAGANGAN  
PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2013**

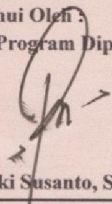
**PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

**ANALISIS SWOT PADA CV. HAYATI PADANG DALAM MEMASARKAN  
SEPEDA MOTOR MEREK HONDA**

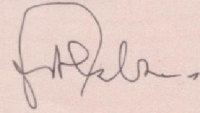
Nama : Firman Alhadi  
NIM / BP : 15449 /2009  
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)  
Fakultas : Ekonomi

**Padang, 25 Januari 2013**

Diketahui Oleh :  
Ketua Program Diploma III

  
**Perengki Susanto, SE, M.Sc**  
**NIP. 19810404 200501 1 002**

Disetujui Oleh :  
Pembimbing

  
**Gesit Thabrani, SE, MT**  
**NIP. 19760606 200212 1 005**

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

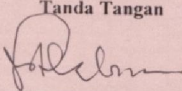
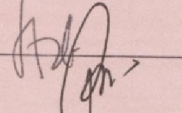
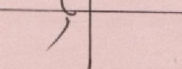
ANALISIS SWOT PADA CV. HAYATI PADANG DALAM MEMASARKAN  
SEPEDA MOTOR MEREK HONDA

Nama : Firman Alhadi  
NIM / BP : 15449 / 2009  
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)  
Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir Program  
Studi Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Padang

Padang, 25 Januari 2013

Tim Penguji

Nama		Tanda Tangan
1. Gesit Thabrani, SE, MT	(Ketua)	
2. Erni Masdupi, P.hD	(Anggota)	
3. Perengki Susanto, SE, M.Sc	(Anggota)	

## SURAT PERNYATAAN

Nama : Firman Alhadi  
Tahun Masuk/NIM : 2009/15449  
Tempat/Tgl. Lahir : Bukittinggi, 25 September 1990  
Program Studi : Manajemen Perdagangan  
Keahlian : Kewirausahaan  
Fakultas : Ekonomi  
Alamat : JL. Cendrawasih Gg. Walet No. 3 ATB Padang  
Judul Tugas Akhir : Analisis SWOT Pada CV. HAYATI Padang Dalam Memasarkan Sepeda Motor Merek Honda

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya Tulis (tugas akhir) saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (Ahli Madya), baik di Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Tugas akhir ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas akhir ini sah apabila telah ditanda tangani asli oleh Pembimbing, Tim Penguji dan Ketua Program Studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/tugas akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Padang, 16 Januari 2013  
Yang menyatakan



*Firman Alhadi*  
Firman Alhadi  
NIM. 15449

## ABSTRAK

**Firman Alhadi, 2009** : **ANALISIS SWOT PADA CV. HAYATI PADANG DALAM MEMASARKAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA**

**Pembimbing** : **Gesit Thabrani, SE, MT**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (Analisis SWOT) pada CV. HAYATI Padang dan untuk menentukan strategi peningkatan penjualan sepeda motor merek honda.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian diskriptif kualitatif yaitu penelitian tentang informasi yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk kata-kata dan gambar, kata-kata disusun dalam kalimat, misalnya kalimat hasil wawancara antara peneliti dan informan. Tujuan penelitian adalah menjelaskan dan menggambarkan berbagai hal yang menyangkut dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (Analisis SWOT) serta strategi untuk meningkatkan penjualan sepeda motor merek Honda pada CV. HAYATI Padang.

Hasil penelitian, berdasarkan analisis lingkungan internal pemasaran sepeda motor merek Honda pada CV. HAYATI Padang, kekuatan (*Strenghts*) yang dimiliki yaitu: memiliki image perusahaan yang baik, citra produk yang bagus dan pelayanan pendukung yang menarik. Kelemahan (*Weakness*) yang dimiliki yaitu : kurangnya sistem informasi yang terintegrasi, belum mempunyai sistem pengembangan SDM secara terencana dan sering terjadi kekosongan persediaan/*lead time* besar. Berdasarkan analisis lingkungan eksternalnya, terdapat peluang (*Opportunity*) yaitu : semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap sepeda motor. Ancaman (*Threat*) yang terdapat yaitu : perkembangan kompetitor yang semakin agresif. Agar jumlah penjualan sepeda motor Honda pada CV. HAYATI Padang dapat ditingkatkan, maka upaya-upaya yang dapat dilakukan adalah meningkatkan mutu pelayanan, jumlah persediaan dan mengencarkan promosi, meningkatkan sistem pengembangan SDM secara terencana dan memperbaiki sistem informasi yang terintegrasi.

## KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Analisis SWOT pada CV. HAYATI Padang dalam Memasarkan Sepeda Motor Merek Honda”**. Tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Manajemen Perdagangan Diploma III (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Terima kasih yang tulus penulis ucapkan kepada Bapak Gesit Thabrani, SE, MT. selaku pembimbing yang telah memberikan ilmu, pengarahan, perhatian, masukan serta waktu kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Selanjutnya tidak lupa pula penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang berperan dan mendorong penulis untuk menyelesaikan studi dan tugas akhir ini. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Yunia Wardi, Drs, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, yang telah menyediakan fasilitas kuliah dan izin dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak Perengki Susanto, SE, M.Sc selaku Ketua Program Studi Diploma III, Firman, SE, M.Sc selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Perdagangan dan Staf Tata Usaha Program Studi Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan bantuan administrasi dan membantu kemudahan dalam penelitian dan penulisan tugas akhir ini.
3. Firman, SE, M.Sc sebagai Pembimbing Akademik yang telah banyak membantu dengan ikhlas dan tulus memberikan bimbingan akademik.

4. Bapak dan Ibu staf pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membantu penulis selama menuntut ilmu di almamater tercinta ini, serta kepada seluruh karyawan dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membantu di bidang administrasi.
5. Bapak dan Ibu Staf Perpustakaan Pusat dan Ruang Baca Fakultas Ekonomi yang telah membantu penulis dalam menemukan sumber referensi.
6. Seluruh Pegawai CV. HAYATI Padang yang telah membantu kelancaran bagi penulis dalam mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penulisan tugas akhir ini.
7. Teristimewa penulis ucapkan pada Ayahanda dan Almarhumah Ibunda tercinta beserta Kakak-kakak yang telah memberikan kesungguhan do'a, bantuan moril maupun materil kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Dan teristimewa juga penulis ucapkan kepada sahabat dan teman-teman seperjuangan khususnya angkatan 2009 yang memberikan motivasi dan semangat serta masukan-masukan demi terwujudnya impian penulis.

Semoga segala bimbingan, bantuan dan dorongan yang telah diberikan menjadi kebaikan dan diridhoi oleh Allah SWT. Penulis telah menyelesaikan tugas akhir ini dengan segala kemampuan, namun penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis mengharapkan kritikan dan saran yang sifatnya membangun sehingga menjadi sumbangan yang berarti bagi pendidikan di masa yang akan datang. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Atas perhatian dari semua pihak penulis mengucapkan terima kasih.

Padang, 25 Januari 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Pengertian Strategi Pemasaran.....	7
B. Pengertian Analisis SWOT.....	12
1. Analisis Lingkungan Eksternal.....	14
2. Matrik Faktor Strategi Eksternal.....	18
3. Analisis Lingkungan Internal.....	20
4. Matrik Faktor Strategi Internal.....	21
C. Segmentasi, Posisi, dan Target.....	24
1. Segmentasi Pasar.....	24
2. Posisi Pasar.....	26
3. Pasar Sasaran/Targeting.....	27

D. Formulasi Strategis .....	27
------------------------------	----

### **BAB III PENDEKATAN PENELITIAN**

A. Bentuk Penelitian .....	30
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	30
C. Rancangan Penelitian .....	31
1. Jenis Penelitian .....	31
2. Tahapan Penelitian .....	31
3. Objek Penelitian.....	32
4. Sumber Data.....	32
5. Teknik Analisis.....	33

### **BAB IV PEMBAHASAN**

A. Profil Perusahaan .....	34
1. Sejarah Berdirinya CV. HAYATI Padang.....	34
2. Visi, Misi dan Nilai CV. HAYATI Padang.....	35
3. Struktur Organisasi CV. HAYATI Padang.....	36
B. Pembahasan.....	37
1. Kebijakan atau Strategi yang diambil Perusahaan .....	37
1. Melakukan Segementasi Pasar.....	37
2. Peningkatan Promosi .....	40
3. Meningkatkan Kualitas Pelayanan.....	41
2. Strategi Pemasaran .....	43
3. Analisis SWOT pada CV. HAYATI Padang.....	43

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	56
---------------------	----

B. Saran .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>59</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. Data Penjualan Sepeda Motor di CV. HAYATI Padang Dan PT. Menara Agung Padang (dalam unit).....	3
2. EFAS.....	19
3. IFAS .....	23
4. Matrik SWOT.....	24
5. Analisis AWOT pada CV. HAYATI Padang .....	46
6. IFAS pada CV. HAYATI Padang.....	47
7. EFAS pada CV. HAYATI Padang .....	48
8. Matrik SWOT pada CV. HAYATI Padang .....	50

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1. Struktur Organisasi CV. HAYATI Padang.....	32
2. Diagram SWOT .....	49

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
1. Riwayat Hidup.....	59

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Seiring dengan pertumbuhan penduduk dan perkembangan ilmu pengetahuan serta teknologi dewasa ini, memicu perubahan di bidang sosial, budaya, ekonomi, politik dan juga dalam persaingan, dapat mempengaruhi bentuk dan keadaan pasar. Karena pasar selalu berubah, maka perusahaan juga harus selalu meningkatkan pelayanannya. Hal yang perlu diperhatikan di sini adalah bagaimana perusahaan mengambil inisiatif menciptakan perubahan yang inovatif untuk merubah cara pelayanannya agar dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan di luar perusahaan yang menghendaki perubahan.

Demikian halnya pada sektor perhubungan dan transportasi terutama penggunaan sepeda motor, dimana dewasa ini penggunaan sepeda motor mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perhubungan dan transportasi juga merupakan sektor yang ikut andil dalam mempengaruhi perkembangan ekonomi di Indonesia dan Kota Padang khususnya.

Hal ini juga disadari pemerintah, bahwa tanpa perhubungan dan transportasi yang lancar akan sulit sekali untuk mencapai tingkat ekonomi yang baik dan yang berdampak pada pembangunan. Salah satunya dengan penggunaan sepeda motor dapat membantu memperlancar transportasi darat saat ini. Khususnya Kota Padang yang saat ini sering mengalami kondisi macet pada pagi

dan sore, dengan menggunakan sepeda motor merupakan alternatif untuk melewati kondisi jalan yang sedang macet.

Dalam hal ini sepeda motor berfungsi sebagai sarana transportasi yang paling efektif dan efisien untuk memperlancar arus barang dan jasa, mobilitas manusia, arus informasi dan komunikasi dalam kehidupan masyarakat. Sehingga akan terlihat jelas bahwa penggunaan sepeda motor secara tidak langsung dapat membantu masyarakat dalam menjalankan segala aktifitasnya, yang juga akan membantu memperlancar perekonomian masyarakat penggunanya. Jika diamati hal ini akan membantu program pemerintah dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Penggunaan sepeda motor juga dapat membantu kalangan menengah kebawah, karena dengan menggunakan sepeda motor mereka dapat menghemat biaya transportasi.

Dewasa ini, tuntutan masyarakat terhadap sepeda motor sangat meningkat, karena dapat kita lihat bahwa pemakaian sepeda motor sudah meluas pada berbagai kalangan seperti untuk keluarga, pegawai negeri, swasta, pengajar, petani, remaja dan lain sebagainya. Ini merupakan sebuah bukti bahwa ada kecenderungan masyarakat menggunakan sepeda motor sebagai alat transportasi, karena dinilai lebih efisien dalam hal harga, pemakaian dan juga perawatan.

Sampai saat ini terdapat beberapa merek sepeda motor yang dipasarkan dealer di Sumatra Barat khususnya Kota Padang yaitu ; Honda, Suzuki, Yamaha, Kawasaki dan lain sebagainya.

CV. HAYATI Padang merupakan Main dealer resmi sepeda motor Honda untuk Kota Padang. CV. HAYATI menyediakan seluruh tipe sepeda motor yang diproduksi oleh Honda, beserta *spare part* asli Honda dan bengkel service resmi Honda. Dengan adanya pertumbuhan penduduk dari tahun ke tahun diharapkan terjadinya peningkatan permintaan masyarakat terhadap sepeda motor Honda untuk Provinsi Sumatra Barat dan khususnya Kota Padang.

Dalam memasarkan sepeda motor merek Honda CV. HAYATI menghadapi faktor internal dan faktor eksternal perusahaan. Faktor internal perusahaan dalam SWOT adalah meliputi kekuatan dan kelemahan CV.HAYATI dalam memasarkan sepeda motor merek Honda, sedangkan faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman bagi perusahaan, seperti munculnya pesaing baru dengan kekuatan manajemen yang lebih baik, meningkatnya daya tawar pemasok, daya tawar pembeli yang dapat memberikan tingkat harga produk lebih rendah, dan semakin ketatnya kompetisi.

**Tabel 1. Data Penjualan Sepeda Motor di CV. HAYATI Padang Dan PT. Menara Agung Padang (dalam unit)**

Volume Penjualan	2008	2009	2010	2011
CV. HAYATI	42.057	44.232	65.841	93.192
% Peningkatan		5,2 %	48,8 %	41,5 %
PT. Menara Agung	43.102	44.159	61.437	85.894
% Peningkatan		2,4%	39,1%	39,8%
% Perbandingan CV. HAYATI dengan PT. Menara Agung	< 2,5%	> 0,2%	> 7,2%	> 8,5%

*Sumber: CV. HAYATI Padang*

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwasannya terjadi peningkatan unit penjualan pada kedua main dealer sepeda motor merek Honda secara terus

menerus disetiap tahunnya. Pada tahun 2008 PT. Menara Agung lebih unggul kenaikan 2,5% dibandingkan dengan CV. HAYATI, kemudian ditahun 2009 CV.HAYATI lebih unggul 0,2% dibandingkan dengan PT. Menara Agung, berikutnya pada tahun 2010 CV. HAYATI unggul kembali sebesar 7,2% dan pada tahun 2011 CV.HAYATI semakin mendominasi dengan mengungguli penjualan 8,5% dari PT. Menara Agung.

Dengan adanya analisis faktor eksternal dan internal dalam memasarkan sepeda motor merek Honda pada CV. HAYATI, maka dalam beberapa tahun terakhir CV. HAYATI mengalami peningkatan penjualan, dengan adanya peningkatan dalam penjualan maka CV. HAYATI perlu mengambil langkah-langkah dalam penetapan strategi, untuk mempertahankan atau lebih meningkatkan lagi penjualannya. Dengan melakukan analisis eksternal dan internal perusahaan yang bertujuan untuk dapat mengetahui keunggulan, kelemahan, ancaman dan peluang yang akan dihadapi oleh CV.HAYATI dalam memasarkan sepeda motor merek Honda. Kebijakan yang dilakukan perusahaan juga akan mengalami perubahan dalam memasarkan produknya dikarenakan keadaan eksternal perusahaan yang selalu berubah dengan cepat.

Bertitik tolak dari latar belakang yang dikemukakan oleh penulis di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti masalah Analisis SWOT dengan memilih judul Tugas Akhir : **“ ANALISIS SWOT PADA CV. HAYATI PADANG DALAM MEMASARKAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA”**.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, penulis ingin mengidentifikasi masalah tersebut dalam bentuk penelitian yaitu :

1. Kebijakan atau strategi apa saja yang diambil oleh CV. HAYATI Padang dalam memasarkan sepeda motor merek Honda.
2. Bagaimanakah analisis SWOT (keunggulan, kelemahan, ancaman dan peluang) pada CV. HAYATI Padang dalam memasarkan sepeda motor merek Honda.
3. Bagaimana strategi dalam meningkatkan penjualan sepeda motor merek Honda pada CV. HAYATI Padang.

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dengan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kebijakan atau strategi apa saja yang diambil oleh CV. HAYATI Padang dalam memasarkan sepeda motor merek Honda.
2. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan serta peluang dan ancaman (SWOT) pada CV. HAYATI Padang dalam memasarkan sepeda motor merek honda.
3. Menentukan strategi dalam meningkatkan penjualan sepeda motor Honda pada CV. HAYATI Padang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan akan diperoleh informasi yang dapat bermanfaat antara lain :

1. Bagi penulis adalah untuk menambah wawasan pengetahuan mengenai masalah yang diteliti, sehingga dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai kesesuaian fakta di lapangan dengan teori yang dipelajari dibangku kuliah.
2. Diharapkan menjadi bahan masukan bagi perusahaan yang bersangkutan dalam meningkatkan penjualan sepeda motor merek Honda pada CV. HAYATI di Kota Padang.
3. Agar dapat menjadi pedoman dan referensi bagi pembaca dalam membahas topik yang sama.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Dari uraian yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya maka sebagai penutup dari Tugas akhir ini dapat ditarik kesimpulan yaitu

1. Dari hasil analisis SWOT yang dilakukan pada CV. HAYATI Padang dapat diketahui bahwa kekuatan-kekuatan yang dimiliki oleh CV. HAYATI Padang dalam memasarkan sepeda motor merek Honda memberikan tempat tersendiri dalam meraih pelanggan, walaupun terdapat ancaman dari perkembangan kompetitor yang agresif. Tapi hal ini tidak terlalu mempengaruhi CV. HAYATI Padang dalam mengisi peluang yang ada untuk memasarkan sepeda motor merek Honda, karena kelemahan-kelemahan yang ada ditutupi dengan adanya *image* perusahaan yang baik dari konsumen kota Padang dan sub dealer sepeda motor merek Honda di Sumatra Barat.
2. berdasarkan diagram cartesius alternatif yang terbaik adalah strategi S-O (Mendukung Strategi Growth) yang dapat meningkatkan penjualan.
3. Agar jumlah penjualan sepeda motor pada CV. HAYATI Padang dapat ditingkatkan lagi, maka upaya yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:
  - a. Meningkatkan mutu pelayanan, jumlah persediaan dan mengencangkan promosi.
  - b. Meningkatkan sistem pengembangan SDM secara terencana.
  - c. Memperbaiki sistem informasi yang terintegrasi.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan diatas maka penulis melihat kelemahan-kelemahan dan ancaman yang datang dari luar perusahaan. Sehubungan dari itu maka penulis memberikan saran atau masukan pada perusahaan yang bisa dijadikan pertimbangan lagi untuk mengatasi kelemahan dan ancaman tersebut:

1. Perusahaan harus agresif untuk memanfaatkan peluang pasar yang ada dengan meningkatkan persediaan melalui *forecasting* sebaik mungkin akan permintaan pelanggan dan juga lebih meningkatkan mutu pelayanan dengan cara melayani dengan ramah serta respon yang cepat pada pelanggan, kemudian diiringi dengan mengencarkan promosi melalui sponsorship, pameran dan *event-event*.
2. Sebaiknya CV. HAYATI Padang lebih meningkatkan lagi sistem pengemabangan SDM secara terencana dan memanfaatkan sebaik-baiknya pelatihan yang diadakan oleh AHM terutama karyawan bagian mekanik.
3. Sebaiknya CV. HAYATI Padang segera memperbaiki sistem informasi yang terintegrasi agar informasi antara perusahaan dengan lingkungan luar perusahaan/pelanggan menjadi lebih baik mengenai produk maupun persediaan perusahaan sehingga masalah kekosongan persediaan/*lead time* besar bisa teratasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Freddy Rangkuti. 2000. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Mudrajad Kuncoro. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa: Bob Sabran, MM. *Edisi Ketigabelas Jilid 1*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, 2007. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa: Benjamin Molan. *Edisi Keduabelas Jilid 2*. Jakarta : PT Macanan Jaya Cemerlang
- Sofjan Assauri. 2010. *Manajemen Pemasaran : Dasar Konsep Strategi*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada
- Pearce II, John A. dan Richard B. Robinson. 2009. *Manajemen Strategis*. Jakarta : Salemba Empat