

ANALISIS SWOT KOPI DAS

TUGAS AKHIR

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



OLEH

FERNANDO

1109309/2011

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERDAGANGAN

PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2014

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

ANALISIS SWOT KOPI DAS

Nama : Fernando

Nim : 1109309

Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)

Fakultas : Ekonomi

Padang, September 2014

Diketahui Oleh,
Ketua Prodi Diploma III



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

Disetujui Oleh,
Pembimbing Tugas Akhir



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

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

ANALISIS SWOT KOPI DAS

Nama : FERNANDO
NIM : 1109309/2011
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, Agustus 2014

Tim Penguji

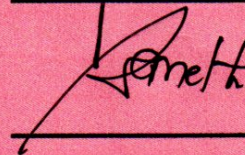
Nama

Tanda tangan

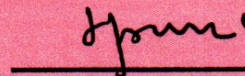
Perengki Susanto, SE, M.Sc (Ketua)



Ramel Yanuarta RE, SE, M.SM (Anggota)



Abel Tasman, SE, MM (Anggota)



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fernando
Tahun Masuk/NIM : 2011/ 1109309
Tempat/Tgl. Lahir : Padang, 08 Februari 1993
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Keahlian : Kewirausahaan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jl. Ripan I No.20 Lubuk Buaya, Padang
Judul Tugas Akhir : Analisis SWOT Kopi Das

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang 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 ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji dan ketua program studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena ttugas akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku.

Padang, September 2014

Yang menyatakan,



Fernando
NIM. 1109309

ABSTRAK

Fernando, (1109309/ 2011) : Analisis SWOT Kopi DAS

Pembimbing : Perengki Susanto, SE, M.Sc

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran perusahaan melalui analisis SWOT pada perusahaan kopi DAS. Tempat penelitian yang penulis lakukan di Jl. Parak Anau Raya Tabing, Padang.

Jenis penelitian ini berbentuk penelitian deskriptif, teknik pengumpulan data yang digunakan observasi dan wawancara dengan mengumpulkan data langsung dari perusahaan kopi DAS..

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa strategi yang diterapkan perusahaan dalam menggunakan analisis SWOT adalah strategi *Growth*. Penerapan strategi *Growth* dapat meningkatkan volume penjualan. Dengan penggunaan strategi *Growth* sebaiknya perusahaan lebih meningkatkan penataan SDM terpola dan terencana, meningkatkan mutu produk, mempertahankan jalur distribusi pemasaran, dan mempertahankan pelanggan yang lama serta mencari pelanggan yang baru agar dalam penerapan strategi *Growth* dapat tercapai dengan baik.

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 Kopi DAS**”. 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 Perengki Susanto, SE, M.Sc. 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, Bapak 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. Ibu Whyosi Septrizola, SE 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 menemukansumber referensi.
6. Pimpinan Kopi DAS yang telah mau membantu penelitian saya dengan cara memberi data-data perusahaan.
7. Teristimewa penulis ucapkan pada Ayahanda danIbunda 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 2011 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, Juli 2014

Penulis

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|-------------|
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR..... | ii |
| DAFTAR ISI..... | v |
| DAFTAR TABEL | vii |
| DAFTAR GAMBAR..... | viii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 5 |
| C. Tujuan | 5 |
| D. Manfaat | 5 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| A. Strategi | 7 |
| 1. Pengertian strategi | 7 |
| 2. Tipe-tipe Strategi | 7 |
| B. Pemasaran | 8 |
| C. Analisis SWOT | 11 |
| 1. Pengertian Analisis SWOT..... | 11 |
| 2. Tahapan perencanaan strategis | 15 |
| 3. Kerangka Analisa Pemecahan Masalah Dengan SWOT | 24 |
| 4. Manfaat SWOT..... | 25 |
| 5. Keterbatasan SWOT | 26 |
| BAB III PENDEKATAN PENELITIAN | |
| A. Bentuk Penelitian Tugas Akhir | 27 |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 27 |
| 1. Lokasi Penelitian | 27 |
| 2. Waktu Penelitian | 27 |
| C. Rancangan Penelitian | 27 |
| D. Objek Penelitian | 28 |

| | |
|--|-----------|
| E. Jenis dan Sumber Data | 28 |
| F. Teknik Analisis | 29 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| A. Profil Perusahaan..... | 31 |
| 1. Sejarah berdirinya perusahaan kopi DAS..... | 31 |
| 2. Visi, Misi, dan Nilai perusahaan kopi DAS | 32 |
| 3. Proses Produksi..... | 33 |
| B. Pembahasan..... | 36 |
| 1. Kebijakan atau Strategi yang diambil perusahaan dalam memasarkan produk kopi DAS..... | 36 |
| 2. Strategi Pemasaran | 37 |
| 3. Analisis SWOT pada Kopi DAS | 38 |
| 4. Faktor Strategi Internal dan Eksternal pada kopi DAS | 41 |
| BAB V PENUTUP | |
| A. Kesimpulan | 46 |
| B. Saran | 47 |
| DAFTAR PUSTAKA | 48 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Halaman |
|--------------------------------------|---------|
| 1. Penjualan | 3 |
| 2. Matriks Analisis SWOT | 21 |
| 3. Analisis SWOT pada Kopi DAS | 40 |
| 4. IFAS pada Kopi DAS | 41 |
| 5. EFAS pada Kopi DAS | 42 |
| 6. Matriks SWOT | 44 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Halaman |
|--|---------|
| 1. Struktur Organisasi Perusahaan Kopi DAS | 33 |
| 2. Diagram SWOT | 43 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Dewasa ini kemajuan pembangunan perekonomian di Indonesia semakin berkembang. Ini ditandai dengan banyaknya berdiri perusahaan-perusahaan baru yang khususnya bergerak dalam bidang perdagangan. Sebagian besar perdagangan memegang peranan di perekonomian negara. Perdagangan adalah sebagai salah satu usaha yang berhubungan langsung dengan kepuasan konsumen. Karena banyak perusahaan yang yakin bahwa keberhasilan usahanya dipengaruhi oleh strategi pemasaran perusahaan yang baik. Pada umumnya tujuan perusahaan dalam menghasilkan barang dan jasa adalah supaya barang dan jasa yang dihasilkan laku dipasaran, dalam arti mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen serta menjamin pertumbuhan profitabilitas dan peningkatan volume penjualan. Dengan kondisi yang demikian perusahaan dituntut untuk dapat mengatasi persaingan dengan cara efektif dan efisien. Untuk mengatasi persaingan saat sekarang ini maka perlu diambil pula tindakan yaitu mengetahui faktor internal dan eksternal yang akan mempengaruhi keunggulan bersaing perusahaan agar perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya.

Konsumen adalah pertimbangan penting yang perlu diperhatikan dalam mencari strategi-strategi untuk memperoleh keunggulan dalam bersaing. Antara lain visi strategi sebagai peran penting dalam mengarahkan

perusahaan, efektifitas peranan organisasi dalam strategi bisnis dan penggunaan sistem informasi untuk memperoleh keunggulan strategi. Hal lain yang juga harus diperhatikan adalah inovasi produk dan jasa serta keterlibatan seluruh bagian dari perusahaan dalam setiap kegiatan usahanya. Pemasaran merupakan salah satu sistem dari keseluruhan kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial.

Sedangkan produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada orang lain atau pasar pada umumnya untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai dan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan kebutuhan. Saat ini kegiatan pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting bagi dunia usaha. Kegiatan pemasaran tidak bermula pada saat kegiatan penjualan dilakukan. Perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen jika mengharapkan usaha dapat berjalan terus, juga supaya konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan. Jadi jaminan kualitas yang baik atas barang atau jasa dapat dilakukan setelah penjualan. Menyikapi hal tersebut di atas, maka perusahaan harus mampu mengembangkan dan mengaplikasikan suatu strategi manajemen yang efektif, dalam hal ini adalah manajemen strategi pemasaran untuk penjualan produk. Seperti yang di ungkapkan (Indriyo Gito sudarmo, 1999 : 124) bahwa strategi pemasaran merupakan strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target oleh seorang pengusaha, sehingga tinggi rendahnya hasil penjualan ditentukan baik

buruknya strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan organisasinya. Sebelum menetapkan strategi pemasaran suatu perusahaan perlu melakukan analisa terhadap faktor- faktor yang harus diperhitungkan yang akan mempengaruhi stratejik suatu perusahaan untuk kedepannya serta keberlangsungan suatu perusahaan. Hal ini juga dilakukan oleh perusahaan kopi DAS dalam memasarkan hasil produk kopi bubuknya. Dalam menjaga aktivitas pemasaran produknya perusahaan kopi DAS perlu melakukan analisa terhadap faktor-faktor yang akan mempengaruhi usahanya sehingga tercipta strategi pemasaran yang baik. Berikut ini adalah data volume penjualan Kopi Das.

Tabel 1.1 Volume penjualan

| Tahun | Penjualan (ton) |
|-------|-----------------|
| 2006 | 89 |
| 2007 | 90 |
| 2008 | 50 |
| 2009 | 85 |
| 2010 | 87 |

Pada tahun 2008 jumlah order mengalami penurunan. Untuk itu perusahaan perlu mengadakan evaluasi mengenai sebab turunnya penjualan. Yang kemudian muncul beberapa kemungkinan diantaranya adalah :

1. Sebab Intern

- a. Kemungkinan kesalahan dari mesin atau peralatan yang digunakan.

Mesin dan peralatan yang sudah lama apabila tidak dirawat dengan baik dapat menyebabkan turunnya kualitas barang yang diproduksi.

- b. Kemungkinan kesalahan dari orang yang mengerjakan.

Meskipun perusahaan perusahaan kopi DAS merupakan perusahaan yang menggunakan mesin dan peralatan, tetapi kesalahan-kesalahan manusia masih tetap ada.

- c. Kemungkinan kesalahan dalam Verpacking.

Kesalahan dalam verpacking dapat menyebabkan kerusakan-kerusakan selama dalam pengangkutan maupun selama pemasaran .

- d. Kemungkinan keterlambatan baik dalam pengangkutan maupun penyelesaian produksi.

2. Sebab Extern

- a. Perubahan selera konsumen

Perlu kita ketahui bahwa sewaktu-waktu selera konsumen dapat berubah untuk itu kita harus menyesuaikan dengan perubahan tersebut sesuai dengan selera konsumen.

- b. Fenomena sosial atau krisis global.

Apabila penjualan turun berdasarkan penelitian terjadi karena fenomena sosial seperti krisis global.

- c. Adanya pesaing baru yang memasuki pangsa pasar

- d. Munculnya barang pengganti yang menjadi ancaman usaha.

Kesimpulan bahwa untuk tercapainya target penjualan yang maksimal maka suatu perusahaan atau organisasi harus memperhatikan hal-hal yang akan

mempengaruhi volume penjualan dalam organisasi tersebut, baik itu bersangkutan dengan lingkungan lingkungan intern maupun ekstern. Untuk itu diperlukan suatu penelitian yang mendalam dengan mengambil masalah : “Analisis SWOT Pada Kopi DAS”.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah Analisis SWOT pada Kopi DAS?

C. TUJUAN

1. Tujuan Umum

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis SWOT bagi kalangan pengusaha baik itu dalam bentuk usaha mikro, kecil, dan menengah.

2. Tujuan Khusus

- a. Diketahui pentingnya analisis SWOT bagi usaha Kopi DAS
- b. Diketuainya persaingan usaha kopi bubuk di kota Padang
- c. Sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan strategi pemasaran

D. MANFAAT

1. Bagi Peneliti

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program pendidikan D III Manajemen Perdagangan di Universitas Negeri Padang dan menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dan sebagai pengembangan kemampuan

peneliti dalam riset manajemen sehingga mampu mengaplikasikan ilmu yang didapat di bangku perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dalam rangka penentuan strategi pemasaran sekaligus sebagai evaluasi kinerja perusahaan.

3. Bagi institusi pendidikan

Sebagai bahan bacaan yang terbaru bagi mahasiswa untuk pedoman bagi peneliti selanjutnya, dan untuk menambah koleksi perpustakaan khususnya pustaka Fakultas Ekonomi UNP

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan penulis dalam penelitian yang dilaksanakan pada perusahaan kopi DAS. Maka, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis SWOT yang dilakukan pada perusahaan kopi DAS dapat diketahui bahwa kekuatan-kekuatan yang dimiliki perusahaan kopi DAS dalam memasarkan produknya mendapatkan tempat tersendiri dalam meraih pelanggan, walaupun terdapat ancaman dari perkembangan competitor yang agresif. Tapi hal ini tidak terlalu mempengaruhi kopi DAS dalam mengisi peluang yang ada untuk memasarkan produknya, karena kelemahan-kelemahan yang ada ditutupi oleh image perusahaan didaerah pemasarannya.
2. Berdasarkan Diagram Cartesius alternatif strategi terbaik adalah strategi S-O (mendukung strategi *Growth*) yang dapat meningkatkan penjualan.
3. Agar jumlah penjualan produk pada kopi DAS dapat ditingkatkan lagi, maka upaya yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:
 - a. Meningkatkan mutu produk
 - b. Meningkatkan pola produksi yang terencana
 - c. Memperbaiki pengembangan SDM

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas maka penulis melihat kelemahan dan ancaman yang terdapat diluar perusahaan. Sehubungan dengan itu maka penulis memberikan saran atau masukan pada perusahaan yang bisa dijadikan bahan pertimbangan lagi untuk mengatasi kelemahan dan ancaman tersebut :

1. Perusahaan harus agresif memanfaatkan pangsa pasar yang ada dengan meningkatkan produksi dengan sistem pengembangan produksi yang terencana
2. Sebaiknya perusahaan kopi DAS memanfaatkan keterampilan karyawan dalam kegiatan operasional perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Freddy Rangkuti.2000.*AnalisisSwotTeknikMembedahKasusBisnis.* Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama
- Hendro. 2011. *Dasar-Dasar Kewirausahaan.* Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama
- Leonardus Saiman.2009. *Kewirausahaan, Teori, Praktik dan Kasus-Kasus.* Jakarta: Salemba Empat
- Mudrajad Kuncoro. 2006. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif.* Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama
- Sondang P. Siagian. 2011. *Manajemen Stratejik.* Jakarta: PT Bumi Aksara
- Boyd. 2000. *ManajemenPemasaran.* Edisidua.Jiliddua.Jakarta :Erlangga
- Assauri, Sofjan.2010. *manajemenPemasaran.* Jakarta: RajawaliPers
- Kotlerdankeller. 2009. *ManajemenPemasaran.* Edisiketigabelas.Jiliddua.Jakarta :Erlangga