

## **ABSTRAK**

CV. Anggun Pratama selaku perusahaan yang bergerak dibidang agrobisnis perikanan dihadapkan pada beberapa permasalahan terutama dalam aspek pemasarannya. Sejauh ini, ketergantungan perusahaan terhadap pembeli atau “Bandar” masih sangat kuat. Hal ini menunjukkan ketidak mampuan perusahaan untuk menjual sampai ke hilir. Berdasarkan hal ini, menimbulkan banyaknya kredit macet dari Bandar yang menyebabkan perusahaan beroperasi kurang efektif dan efisien. Tentunya, kondisi ini juga didukung dengan kuatnya daya tawar- menawar dari pembeli terhadap perusahaan.

Didasarkan pada fakta yang ada, tujuan penulisan karya tulis ini adalah : (1) Mengidentifikasi faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi lingkungan bisnis perusahaan. (2) Mengidentifikasi faktor-faktor internal yang mempengaruhi lingkungan bisnis perusahaan. (3) Memberikan formulasi alternatif strategi pemasaran dalam menghadapi permasalahan yang ada.

Penulisan karya tulis ini didasarkan pada studi kasus di CV. Anggun Pratama sebagai tempat gladi karya penulis yang dilakukan selama bulan Februari 2006-sampai Januari 2007. Data yang dikumpulkan terdiri atas data primer dan data sekunder yang diolah berdasar pada konsep manajemen strategi dan manajemen pemasaran yang dikhususkan pada bauran pemasaran, yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi. Dari seluruh data ini maka dirumuskan strategi pengembangan bisnis yang didasarkan pada analisis SWOT dan juga formulasi alternatif strategi pemasaran yang lebih baik bagi perusahaan.

Berkaitan dengan identifikasi terhadap aspek internal dan eksternal perusahaan, yang dijadikan acuan dalam menentukan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan. Analisis ini dilakukan untuk menentukan strategi bisnis dan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Untuk dapat mengembangkan unit usaha perusahaan, maka perusahaan perlu merumuskan strategi pemasaran yang ditinjau dari strategi bauran pemasaran, yaitu ; produk, harga, promosi, dan distribusi.

## DAFTAR ISI

|                                                                                  | Halaman |
|----------------------------------------------------------------------------------|---------|
| <b>ABSTRAK</b>                                                                   |         |
| <b>KATA PENGANTAR</b> -----                                                      | i       |
| <b>DAFTAR ISI</b> -----                                                          | ii      |
| <b>DAFTAR TABEL</b> -----                                                        | iv      |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> -----                                                       | v       |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> -----                                                     | vi      |
| <br>                                                                             |         |
| <b>BAB I. PENDAHULUAN</b> -----                                                  | 1       |
| 1.1 Latar Belakang-----                                                          | 1       |
| 1.2 Identifikasi Masalah-----                                                    | 4       |
| 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian-----                                            | 6       |
| 1.4 Manfaat Penelitian-----                                                      | 6       |
| 1.5 Kerangka Pemikiran-----                                                      | 7       |
| 1.6 Metodologi Penelitian-----                                                   | 10      |
| 1.6.1 Ruang Lingkup-----                                                         | 10      |
| 1.6.2 Metode yang Digunakan-----                                                 | 10      |
| 1.6.3 Operasional Variabel -----                                                 | 11      |
| 1.6.4 Jenis dan Sumber Data -----                                                | 11      |
| 1.6.5 Teknik Pengumpulan Data -----                                              | 12      |
| 1.6.6 Teknik Pengolahan Data -----                                               | 12      |
| 1.6.7 Lokasi dan Penelitian-----                                                 | 13      |
| <br>                                                                             |         |
| <b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b> -----                                            | 14      |
| 2.1 Manajemen Strategik -----                                                    | 14      |
| 2.2 Keunggulan Bersaing-----                                                     | 15      |
| 2.2.1 Keunggulan Biaya Menyeluruh -----                                          | 16      |
| 2.2.2 Diferensiasi-----                                                          | 17      |
| 2.2.3 Fokus-----                                                                 | 18      |
| 2.3 Faktor Lingkungan Eksternal-----                                             | 19      |
| 2.3.1 Lingkungan Mikro ( Lingkungan Industri )-----                              | 19      |
| 2.3.2 Lingkungan Makro ( Lingkungan Umum ) -----                                 | 23      |
| 2.4 Faktor Lingkungan Internal-----                                              | 28      |
| 2.4.1 Pemasaran dan Distribusi -----                                             | 30      |
| 2.4.2 Faktor R & D dan Faktor Rekayasa-----                                      | 31      |
| 2.4.3 Faktor-Faktor Keunggulan Strategis Manajemen<br>Produksi dan Operasi ----- | 33      |
| 2.4.4 Faktor-Faktor Sumber Daya dan Karyawan Perusahaan -----                    | 33      |
| 2.4.5 Faktor-Faktor Keunggulan Strategi Keuangan<br>Dan Akuntansi -----          | 34      |

|                                                             |           |
|-------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.5 Analisis SWOT dan Strategi Bisnis -----                 | 35        |
| 2.6 Pengertian Pemasaran -----                              | 37        |
| 2.7 Strategi Pemasaran-----                                 | 38        |
| 2.8 Bauran Pemasaran -----                                  | 40        |
| 2.9 Hubungan Antara Lingkungan dan Strategi Pemasaran ----- | 43        |
| <b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN-----</b>                  | <b>45</b> |
| 3.1 Metode yang Digunakan -----                             | 45        |
| 3.2 Objek Penelitian-----                                   | 45        |
| 3.3 Operasional Variabel -----                              | 46        |
| 3.4 Jenis dan Sumber Data -----                             | 51        |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data-----                            | 51        |
| 3.6 Teknik Pengolahan Data -----                            | 52        |
| 3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian -----                       | 53        |
| 3.8 Validitas dan Reliabilitas-----                         | 53        |
| <b>BAB IV. ANALISIS dan PEMBAHASAN -----</b>                | <b>56</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan -----                          | 56        |
| 4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan-----                       | 56        |
| 4.1.2 Organisasi Perusahaan -----                           | 57        |
| 4.1.3 Fasilitas Perusahaan -----                            | 59        |
| 4.1.3.1 Fasilitas Gedung -----                              | 59        |
| 4.1.3.2 Fasilitas Transportasi -----                        | 60        |
| 4.1.3.3 Fasilitas Budidaya Keramba Jaring Apung -----       | 60        |
| 4.1.3.4 Fasilitas Peralatan dan Perlengkapan -----          | 60        |
| 4.1.4 Sumber Daya Manusia-----                              | 61        |
| 4.1.5 Permodalan-----                                       | 61        |
| 4.2 Unit Bisnis Perusahaan-----                             | 62        |
| 4.2.1 Unit Bisnis Budidaya Ikan Keramba Jaring Apung-----   | 62        |
| 4.2.2 Unit Bisnis Penjualan Ikan -----                      | 65        |
| 4.2.3 Unit Bisnis Penjualan Pakan -----                     | 66        |
| 4.3 Pemasaran-----                                          | 66        |
| 4.3.1 Pemasaran Ikan Mas -----                              | 67        |
| 4.3.2 Pemasaran Pakan -----                                 | 68        |
| 4.4 Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan -----          | 69        |
| 4.4.1 Lingkungan Makro-----                                 | 70        |
| 4.4.2 Lingkungan Mikro dan Lingkungan Industri -----        | 77        |
| 4.4.3 Rumusan Peluang dan Ancaman -----                     | 81        |
| 4.5 Analisis Lingkungan Internal Perusahaan -----           | 82        |
| 4.5.1 Rumusan Kekuatan dan Kelemahan -----                  | 88        |
| 4.6 Perumusan Alternatif Strategi Pengembangan Bisnis ----- | 90        |
| 4.7 Perumusan Alternatif Strategi Pemasaran -----           | 94        |
| 4.7.1 Strategi Produk -----                                 | 94        |
| 4.7.2 Strategi Harga-----                                   | 95        |
| 4.7.3 Strategi Distribusi -----                             | 97        |
| 4.7.4 Strategi Promosi -----                                | 98        |

|                                          |     |
|------------------------------------------|-----|
| <b>BAB V. KESIMPULAN dan SARAN</b> ----- | 100 |
| 5.1 Kesimpulan -----                     | 100 |
| 5.2 Saran-----                           | 103 |
| <br><b>DAFTAR PUSTAKA</b> -----          | 104 |
| <b>LAMPIRAN</b> -----                    | 105 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                        | <b>Halaman</b> |
|------------------------------------------------------------------------|----------------|
| Tabel 4.1.3 Daftar Fasilitas Perusahaan CV. Anggun Pratama .....       | 59             |
| Tabel 4.4 Hasil Analisis Lingkungan Eksternal CV. Anggun Pratama ..... | 81             |
| Tabel 4.5 Hasil Analisis Lingkungan Internal CV. Anggun Pratama .....  | 89             |
| Tabel 4.6 Matriks SWOT .....                                           | 91             |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                    | <b>Halaman</b> |
|--------------------------------------------------------------------|----------------|
| Gambar 1.1    Bagan kerangka pemikiran .....                       | 9              |
| Gambar 2.1    Kerangka dalam Analisis Internal .....               | 28             |
| Gambar 4.1    Struktur Organisasi CV. Anggun Pratama .....         | 58             |
| Gambar 4.3.1   Distribusi Pemasaran Ikan CV. Anggun Pratama .....  | 67             |
| Gambar 4.3.2   Distribusi Pemasaran Pakan CV. Anggun Pratama ..... | 69             |

## DAFTAR LAMPIRAN

| No. Lampiran |                                                    | Halaman |
|--------------|----------------------------------------------------|---------|
| 1            | Peta Lokasi Waduk Cirata, Jawa Barat .....         | 106     |
| 2            | Daftar Pemasok Pakan Pada CV. Anggun Pratama ..... | 107     |