

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSAINGAN PASAR
PADA DEPOT AIR MINUM AL-FATAH KARANGNUNGGAL**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Syarat Mendapatkan Gelar Sarjana (S1) Program Studi
Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi



Disusun Oleh

Inja Ali Husain
151002028

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS SILIWANGI

2019 M/1440 H

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSAINGAN PASAR
PADA DEPOT AIR MINUM AL-FATAH DI KARANGNUNGGAL**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (SE) Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam
Universitas Siliwangi

Diajukan Oleh,

INJA ALI HUSAIN
NPM. 151002028

Pembimbing I

Pembimbing II

Joni. S.El., M.E.Sy.

NIDN. 0404117204

Trisna Wijaya, S.El., M.E.Sy

NIDN. 0011098503

Disahkan oleh,

Dekan

Fakultas Agama Islam

Ketua Program Studi

Ekonomi Syariah

Prof. Dr. H. M. Abdul Somad, M.Pd.

NIP. 195906241986011001

Yusep Rafiqi, S.Ag., M.M.

NIDN. 0403017403

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi Penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Pasar Pada Depot Air Minum Al-Fatah di Karangnunggal”** ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini saya siap menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini atau klaim dari pihak lain terhadap keabsahan karya saya ini.

Tasikmalaya, oktober 2019
Yang membuat pernyataan



Inja Ali Husain
NPM. 151002028

ABSTRAK

Inja Ali Husain, 2019. "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Pasar di Depot Air Minum Al-Fatah Di Karangnunggal

Penelitian ini bertujuan untuk menguji strategi pemasaran produk pada depot air minum al-fatah dan analisis SWOT pada strategi pemasaran. Dengan beberapa teori yang berkaitan dengan marketing *mix*, teori tersebut merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan kombinasi taktik (*marketing tool*), kombinasi tersebut digunakan pada konteks bisnis dalam rangka memasarkan produk dan jasa secara efektif kepada kelompok pelanggan sasaran.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif, serta analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui faktor IFAS dan faktor EFAS pada usaha yang dijalankan oleh depot air minum al-fatah. Landasan teori yang digunakan yaitu teori pemasaran terkait dengan strategi pemasaran, strategi pemasaran tersebut dilakukan untuk menghadapi persaingan pasar pada usaha depot air minum al-fatah dengan beberapa strategi yang digunakan diantaranya strategi inti dan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*).

Hasil dari analisis SWOT tersebut dibedakan menjadi 2 faktor yaitu *IFAS* (*Internal Faktors analysis summary*) dan *EFAS* (*External Faktor Analysis Summary*). Dari hasil penelitian tersebut didapatkan hasil faktor IFAS dengan nilai 3,6 dan hasil dari faktor EFAS dengan nilai 3,45, maka dari hasil tersebut depot air minum al-fatah termasuk pada kuadran ke-3 (*diversifikasi*), hal ini menggambarkan bahwa depot air minum al-fatah harus menjadikan setiap kekuatan untuk menghadapi ancaman dan menciptakan peluang.

Kata Kunci: strategi pemasaran, analisis SWOT, Persaingan pasar

ABSTRACT

Inja Ali Husain, 2019. "Analysis of Marketing Strategies in Market Competition at Al-Fatah Water Depot in Karangnunggal"

This study aims to examine the product marketing strategy at Al-Fatah water depot and the SWOT analysis on the marketing strategy. With several theories related to marketing mix, the theory is a term used to describe a combination of tactics (marketing tools). The combination used in a business context in order to effectively market products and services to the target customer group.

The research method used descriptive qualitatif approach, and the analysis used is a SWOT analysis. The SWOT analysis is used to determine an IFAS factor and an EFAS factor in businesses run by Al-Fatah water depots. The theoretical basis used is marketing theory related to marketing strategies, the marketing strategy was carried out to face a market competition in Al-Fatah water depot business with several strategies used including the core strategy and the marketing mix strategy.

The result of the SWOT analysis are divided into 2 factors namely IFAS (Internal Factors Analysis Summary) and EFAS (Eksternal Factors Analysis Summary). From the result of these studies obtained the results of IFAS factor with a value of 3,6 and EFAS factor with a value of 3.45. So, from these results Al-fatah water depot is included in the 3rd quadrant (diversification). This illustrates that Al-Fatah water depot must take every force to face threats and create opportunities.

Keywords: marketing strategy, SWOT analysis, market competition

PEDOMAN TRANSELITERASI

A. Konsonan

No.	Huruf Arab	Nama Huruf	Huruf Latin
1	أ	Alif	-
2	ب	Ba'	B
3	ت	Ta'	T
4	ث	Tsa'	Ts
5	ج	Jim	J
6	ح	Ha'	H
7	خ	Kha'	Kh
8	د	Dal	D
9	ذ	Dzal	Dz
10	ر	Ra'	R
11	ز	Zay	Z
12	س	Sin	S
13	ش	Syin	Sy
14	ص	Shad	Sh
15	ض	Dlad	Dha
16	ط	Tha'	Th

No.	Huruf Arab	Nama Huruf	Huruf Latin
17	ظ	Zha'	Zh
18	ع	'Ain	'
19	غ	Ghin	Gh
20	ف	Fa'	F
21	ق	Qaf	Q
22	ك	Kaf	K
23	ل	Lam	L
24	م	Mim	M
25	ن	Nun	N
26	و	Waw	W
27	ه	Ha'	H
28	لا	Lam alif	La
29	ء	Hamzah	-
30	ي	Ya'	Y
31	ة	Ta' marbuthah	<u>T</u>
32	-	-	-

B. Vokal Pendek

اَ =	إِ =	أُ =
------	------	------

C. Vokal Panjang

آ = â	إِي = î	أُو = û
-------	---------	---------

D. Difton

آي = ay	أو = aw
---------	---------

E. Pembauran

ال = al	ال-ش = al-sy	و ال = wa al
---------	--------------	--------------

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Swt, yang telah melimpahkan rahmat dan ridha-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran dalam Persaingan Pasar Pada Depot Air Minum Al-Afatah di Karangnunggal”. Skripsi penelitian ini diajukan sebagai salah satu syarat dalam mengikuti sidang skripsi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi.

Penulis menyadari bahwa Skripsi penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, karena terbatasnya penulis dalam pengetahuan, kemampuan, dan pengalaman yang penulis miliki. Namun, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun bagi pihak lain yang membutuhkan.

Dalam proses penelitian skripsi ini, penulis mendapat banyak bantuan, pengarahan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

Orang tua penulis, yakni Agus Irmawan dan Eros Rosita, yang telah mencurahkan segenap perhatian, dukungan moral - material, dan kasih sayang dengan penuh keikhlasannya selama ini;

- 1) Prof. Dr. Ir. H. Rudi Priyadi, MS., selaku Rektor Universitas Siliwangi;

- 2) Prof. Dr. H. M. Abdul Somad, M. Pd., selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi.
- 3) Yusep Rafiqi, S.Ag., M.M. ., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi;
- 4) Joni S.El., M.E.Sy. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini;
- 5) Trisna Wiajaya, S.El., M.E.Sy. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis selama penyusunan skripsi penelitian ini;
- 6) Hj. Lina Marlina, S.Ag., M.Ag., selaku Dosen Wali yang selalu memberikan dukungannya;
- 7) Seluruh Dosen dan Tenaga Kependidikan Fakultas Agama Islam yang telah membantu penulis dalam penyelesaian Skripsi maupun dalam kegiatan akademik dan non akademik di lingkungan Universitas Siliwangi;
- 8) Pemilik Depot air minum al-fatah di Karangnunggal yang telah memberikan kesempatan kepada penulis dalam melakukan penelitian tersebut
- 9) Isma Saidah dan Asri Nur Aisyah yang senantiasa selalu mendukung selama proses penyusunan
- 10) Teman-teman, Rijal Yusuf, Amir, Ustdz Yanto dan yang lainnya yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis

11) Rekan- rekan Mahasiswa/i Ekonomi Syariah angkatan 2015 yang telah sama berjuang dalam menimba ilmu di Universitas Siliwangi

Teriring doa yang tulus dari penulis untuk kalian semua, semoga Allah senantiasa memberikan balasan yang lebih baik. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan. Aamiin

Tasikmalaya, Oktober 2019
Penulis

Inja Ali Husain

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	i
ABSTRAK.....	iii
PEDOMAN TRANSELITERASI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II KERANGKA TEORITIS.....	8
A. Strategi Pemasaran	8
1. Definisi Pemasaran.....	8
2. Konsep pemasaran	13
3. Etika Bisnis	16
4. Strategi pemasaran	19
5. Strategi STP dalam perfektif islam	42
6. Marketing mix.....	44
7. Analisis Strategi	56
B. Penelitian terrdahulu	58
C. Kerangka Pemikiran.....	59
BAB III METODE PENELITIAN.....	62

A. Metode Penelitian.....	62
B. Sumber Data.....	62
C. Teknik Pengumpulan Data.....	63
D. Instrumen Penelitian.....	65
E. Uji kredibilitas Data.....	66
F. Teknik Analisis Data.....	66
G. Waktu dan Tempat penelitian	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	73
A. Propil Depot Air Minum	73
B. Peralatan Depot Air Minum	75
C. Proses Produksi Depot Air Minum	76
D. Analisis Strategi Pemasaran.....	78
E. Analisis SWOT Berdasarkan Faktor Internal dan Eksternal.....	82
BAB V SIMPULAN SARAN.....	90
A. Simpulan	90
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	92

DAFTAR TABEL

Table 1. 1Data Penjualandari Tahun 2017 sampai Januari 2018.....	4
Tabel 2. 1 Konsep Pemasaran	15
Tabel 2. 2 Segmentasi pasar.....	23
Tabel 3. 1 Matrik SWOT	70
Tabel 3. 2 Waktu penelitian	72
Tabel 4. 1 IFAS	85
Tabel 4. 2 EFAS.....	85
Tabel 4. 3 MATRIK SWOT	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Konsep pemasaran	14
Gambar 2. 1 Diagram SWOT	87

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. Thamrin dan Francis. 2015. *Manajemen Pemasaran*. PT.Rajagrafisindo Persada. Depok
- Agama RI, Departemen. 2010. *Al-Quran Tajwij dan Terjemahan*. CV.Penerbit Diponegoro.Bandung
- Aji, Mustiko. 2019. *Manajemen Pemasaran Syariah*. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Alma, Buchari. 2014. *Kewirausahaan*. Alfabeta. Bandung,
- _____. 2018. *Pengantar Bisnis*. Alfabeta. Bandung
- Asnawi. Nur. Dan Asnan Fanani. 2017. *Pemasaran Syariah*. Rajawali Pers. Depok
- Assauri, Sofjan. 2018. *Manajemen Bisnis Pemasaran*. PT. Rajagrafindo Persada. Depok
- Fauzia, Ika. 2013. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Kencana Pranadamedia. Jakarta
- Gunara, Thorik. dan Utus Hardiono. 2010. *Marketing Muhammad*. Madani Prima. Bandung.
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Hery. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Grasindo. Jakarta
- Huriyati, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta. Bandung.
- Ibrahim. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Muhammad, Suwarsono. 2013. *Manajemen Strategik Konsep Dan Alat analisis*. STIM YKPN. Yogyakarta
- Rangkuti, Freddy. 2018. *Personal SWOT Analysis*. PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- _____. 2018. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung

- Sunyoto, Danang. 2015 *Strategi Pemasaran*. CAPS (Center of Academic Publishing Service. Yogyakarta Sugiyono.(2016).*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.Bandung: Alfabeta.
- Terry dan Rue. 2019. *Dasar-Dasar Manajemen (Edisi Revisi)*. Bumi Aksara. Jakarta
- Tisnawati, Ernie dan Kurniawan. 2010. *Pengantar Manajemen*. Kencana Prenadamedia. Jakarta
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Strategi Pemasaran* Edisi 4. Andi Offset. Yogyakarta.
- _____. 2014. *Pemasaran Jasa*. Andi Offset. Yogyakarta.
- _____. 2012. *Pemasaran strategik* Edisi 2. Andi Offset. Yogyakarta.
- Wijayanti, Titik. 2017. *Marketing Plan*. PT.Gramedia. Jakarta.