

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA SMK 98
CIAWI-BOGOR**

TUGAS AKHIR

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Ahli Madya Pada Jurusan Manajemen Pemasaran
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh :

**PUTRI SHIFASYAH TANJUNG
NIM : 2432000258**



**JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2024**



JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA SMK 98
CIAWI-BOGOR**

Oleh :

Nama : Putri Shifasyah Tanjung
NIM : 2432000258
Program Studi : Manajemen Pemasaran

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 14 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran

Gena Prasetya Noor, SH., MM

Dian Rusmana, S.E., MM

Mengetahui,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S



**JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK**

Tugas Akhir Berjudul

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA SMK 98
CIAWI-BOGOR**

Oleh :

Nama : Putri Shifasyah Tanjung
NIM : 2432000258
Program Studi : Manajemen Pemasaran

Telah Dipertahankan Di Hadapan Sidang Tim Penguji Sidang Tugas Akhir, Pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 14 Agustus 2024
Waktu : 09.20- 10-40

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Sidang Tugas Akhir

Ketua : Sugiharto, SH., MM ()
Anggota : Mega Indah Edityawati, SE., MM ()

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran

Dian Rusmana, S.E., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putri Shifasyah Tanjung
NIM : 2432000258
Jurusan : Manajemen Pemasaran
Nomor KTP : 3271016612020022
Alamat : Kp. Situbeureum RT01/01 Kel. Bojongkerta Kec. Bogor
Selatan Kota Bogor

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Tugas akhir yang berjudul Strategi Pemasaran Di SMK 98 Ciawi Bogor ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan tugas akhir ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar ahli madya saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 14 Agustus 2024
Penulis,

Putri Shifasyah Tanjung

ABSTRAK

PUTRI SHIFASYAH TANJUNG. NIM 2432000258. Analisis Strategi Pemasaran Pada SMK 98 Ciawi.

Pada masa ini membuat kondisi persaingan dunia pendidikan semakin kompetitif. Salah satunya di bidang pendidikan yang merasakan persaingan, serta banyak peluang yang menjanjikan bagi lembaga pendidikan untuk memenuhi kebutuhan siswa/i dalam belajar, salah satunya SMK 98 Ciawi. Promosi yang dilakukan oleh SMK 98 Ciawi hanya mengandalkan promosi secara *offline*, di era teknologi yang hampir semua aktivitas dilakukan secara *online*, termasuk mencari tau informasi mengenai produk atau barang. Semua ini mengakibatkan ketidak stabilan pemasukan.

Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki serta peluang dan ancaman yang dihadapi SMK 98 Ciawi juga menganalisis strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh SMK 98 Ciawi. Adapun metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, Threats*).

Hasil analisis SWOT dapat diketahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang harus dihadapi oleh SMK 98 Ciawi. Kekuatan yang dimiliki oleh SMK 98 Ciawi adalah lokasi sekolah yang strategis dan milik yayasan sendiri, *brand* dikenal oleh masyarakat luas, kualitas pelayanan yang diterapkan cukup baik, memiliki biaya yang ekonomis sesuai dengan kemampuan masyarakat. Kelemahannya adalah inovasi sekolah dapat ditiru pesaing, pendidik datang tidak tepat waktu, belum memiliki pendidik yang cukup banyak dan sudah terverifikasi, sekolah blm terakreditasi A, sarana dan prasarana yang masih kurang lengkap dan memiliki kerusakan, kurangnya ekstrakurikuler. Peluangnya adalah sistem belajar dapat di inovasikan dengan berbagai cara dengan menggunakan teknologi, mengetahui pangsa pasar pesaing, gaya hidup siswa/siswi yang *modern*, sasaran pemasaran menggunakan jangka panjang dan jangka pendek, masyarakat sekitar yang religius, kebijakan menteri pendidikan dan kebudayaan mengenai peningkatan kualitas guru dan kepala sekolah melalui rekrutmen, pelatihan dan penilaian, daya tarik yang kuat dihari tertentu. Ancamannya adalah kecanggihan alat promosi ditempat pesaing, banyaknya sekolah tingkat SMK/MA yang menawarkan biaya sekolah dengan biaya yang lebih terjangkau, sarana dan prasarana pesaing lebih lengkap, lokasi pesaing berdekatan, banyak pesaing sejenisnya, kualitas pelayanan yang dimiliki pesaing lebih unggul, faktor ekonomi orang tua siswa yang tidak stabil.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Analisis Strategi Pemasaran SMK 98 Ciawi , SWOT.

ABSTRACT

PUTRI SHIFASYAH TANJUNG. NIM 2432000258. *Marketing Strategy Analysis Of SMK 98 Ciawi.*

At this time, the conditions for competition in the world of education are increasingly competitive. One of them is in the field of education which feels competition, as well as many promising opportunities for educational institutions to meet the needs of students in learning, one of which is SMK 98 Ciawi. The promotion carried out by SMK 98 Ciawi only relies on offline promotion, in the era of technology where almost all activities are carried out online, including finding out information about products or goods. All of this results in income instability.

The purpose of this study is to identify the strengths and weaknesses possessed as well as the opportunities and threats faced by SMK 98 Ciawi as well as to analyze the marketing strategies that can be carried out by SMK 98 Ciawi. marketing strategies that can be done by SMK 98 Ciawi. The research method in this study is a qualitative descriptive method using SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunities, Threats).

The results of the SWOT analysis can be known strengths, weaknesses, opportunities and threats that must be faced by SMK 98 Ciawi. The strengths possessed by SMK 98 Ciawi are the strategic location of the school and its own foundation, the brand is known by the wider community, the quality of services applied is quite good, has an economical cost in accordance with the ability of the community. The weaknesses are that school innovations can be imitated by competitors, educators arrive not on time, do not have enough educators and have been verified, the school is not accredited A, facilities and infrastructure are still incomplete and have damage, lack of extra-curricular. The opportunities are the learning system can be innovated in various ways by using technology, knowing the market share of competitors, the modern lifestyle of students, marketing targets using the long and short term, the surrounding community is religious, the policy of the minister of education and culture regarding improving the quality of teachers and principals through recruitment, training and assessment, strong attraction on certain days. The threats are the sophistication of promotional tools in competitors' places, the number of SMK / MA level schools that offer tuition fees at a more affordable cost, competitors' facilities and infrastructure are more complete, competitors' locations are close together, many competitors are similar, the quality of service owned by competitors is superior, the economic factors of parents of unstable students.

Keywords: *Marketing Strategy Analysis, SMK 98 Ciawi, SWOT.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan Tugas Akhir ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Pada SMK 98 Ciawi” ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Ahli Madya pada Jurusan program Diploma III di jurusan Manajemen Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang kepada:

1. Bapak Mildy Rifa’i, SE selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Bapak Dian Rusmana S.E., MM. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yang dengan usaha beliau bisa memajukan prodi ini dengan baik.
4. Bapak Gena Prasetya Noor, S.H., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang dengan sabar membimbing dan membantu mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun Tugas Akhir ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh jajaran Bapak/Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Jurusan Manajemen Pemasaran yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Diploma Tiga Manajemen Pemasaran seperti sekarang ini.
6. Ayahanda Feryansyah tercinta, Ibunda Tri tercinta serta kakak dan adikku yang tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga

penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan Tugas Akhir ini dengan baik.

7. Bapak Cucu Junaedi, S.Sos selaku kepala sekolah SMK 98 yang telah mengizinkan penulis untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Rekan-rekan mahasiswa pemasaran serta angkatan 2020 dan 2021 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama tiga tahun dengan penuh suka cita. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Tugas Akhir ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amiin.

Depok, 14 Agustus 2024
Penulis,

PUTRI SHIFASYAH TANJUNG

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Pembatasan Masalah	5
1.4 Perumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	6
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran	8
2.1.2 <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	9
2.1.3 Bauran Pemasaran	9
2.1.4 Strategi Pemasaran	10
2.1.5 Analisis SWOT	14
2.1.6 Matriks SWOT	16
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Pemikiran	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	21
3.2 Jenis Penelitian	21
3.3 Jenis Data	21
3.4 Teknik Pengumpulan Data	22
3.5 Metode Analisis Data	23
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	25
4.1.1 Sejarah Berdirinya Sekolah	25
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	25
4.1.3 Struktur Organisasi	26
4.2 Hasil Pembahasan	28
4.2.1 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	28
4.2.2 <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	32

4.2.3 Analisis Eksternal SMK 98 Ciawi (Peluang dan Ancaman).....	34
4.2.4 Analisis SWOT.....	36
4.2.4.1 Kekuatan (<i>Strength</i>).....	36
4.2.4.2 Kelemahan (<i>Weakness</i>).....	36
4.2.4.3 Peluang.....	37
4.2.4.4 Ancaman	39
4.2.5 Matriks SWOT	41
 BAB V	
SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	49
5.2 Saran	50
 DAFTAR PUSTAKA.....	51
LAMPIRAN	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Siswa SMK 98 Ciawi Periode 2019-2024	4
Tabel 2.1. Matrik SWOT	16
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1. Jadwal Penelitian.....	21
Tabel 3.2. Tahapan Analisis SWOT.....	24
Tabel 4.1 Perincian Biaya Pendaftaran SMK 98 Ciawi.....	29
Tabel 4.2 Jadwal Penggunaan Seragam Sekolah Siswa-Siswi SMK 98 Ciawi....	30
Tabel 4.3. Jadwal Masuk dan Pulang Kegiatan Belajar Mengajar SMK 98 Ciawi	31
Tabel 4.4 Matriks SWOT.....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Sekolah di Indonesia	2
Gambar 2.1 Integrasi fungsi-fungsi manajemen dan pemasaran	8
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	20
Gambar 4.1 Susunan Struktur Organisasi SMK 98	26

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Cek Plagiarisme.....	52
Lampiran 2. Surat Keterangan Penelitian.....	53
Lampiran 3. Daftar Riwayat Hidup	54
Lampiran 4. Kartu Bimbingan	55
Lampiran 5. Pedoman Observasi.....	56
Lampiran 6. Transkrip Hasil Wawancara.....	57
Lampiran 7. Dokumen Penelitian	62
Lampiran 8. Kuesioner Penelitian.....	63