

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
CV.SERASI JAYA MANDIRI DIVISI BUS PARIWISATA
CABANG BUBULAK**

TUGAS AKHIR

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

Oleh:

**ALWAN MUFABIR
NIM: 2431900233**



**PROGRAM DIPLOMA III
JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2022**



PROGRAM DIPLOMA III
JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
CV.SERASI JAYA MANDIRI DIVISI BUS PARIWISATA
CABANG BUBULAK**

Oleh:

Nama : ALWAN MUFAHIR
NIM : 2431900233
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 11 Agustus 2022

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran

Sugiharto, SH.,MM

Dian Rusmana, S.E

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH



PROGRAM DIPLOMA III
JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Tugas Akhir Berjudul

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
CV.SERASI JAYA MANDIRI DIVISI BUS PARIWISATA
CABANG BUBULAK**

Oleh:

Nama : Alwan Mufahir

NIM : 2431900233

Jurusan : Manajemen Pemasaran

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

Hari : Kamis

Tanggal : 11 Agustus 2022

Waktu : 11.30-12.30 Wib

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Tugas Akhir

Ketua : Aldi F.Dira, SE.,MM

(.....)
(.....)

Anggota : Mega Indah Edityawati, SE.,MM

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran

Dian Rusmana, SE

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Alwan Mufahir
NIM	: 2431900233
Jurusan	: Manajemen Pemasaran
Nomor KTP	: 3201290106990001
Alamat	: Kp. Kotabatu RT.01/06 Desa Kota Batu Kec. Ciomas Kab. Bogor

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Tugas akhir yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran CV. Serasi Jaya Mandiri Divisi Bus Pariwisata Cabang Bubulak 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 keserjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 11 Agustus 2022

Alwan Mufahir

ABSTRAK

Alwan Mufahir. 2431900233. Analisis Strategi Pemasaran CV. Serasi Jaya Mandiri Divisi Bus Pariwisata Cabang Bubulak. Jurusan Manajemen Pemasaran. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI Depok. 2022.

CV. Serasi Jaya Mandiri divisi bus pariwisata cabang Bubulak adalah salah satu dari sekian banyak perusahaan bus pariwisata yang ada di Bogor. Dikarenakan banyaknya perusahaan sejenis di kota tersebut menyebabkan tumbuhnya persaingan, ditambah lagi 2 tahun kebelakang sektor pariwisata mati total karena pandemi. Untuk dapat mengantisipasi persaingan yang terjadi dan menjalani new normal saat ini maka CV. Serasi Jaya Mandiri divisi bus pariwisata cabang Bubulak perlu melakukan strategi yang tepat agar dapat mempertahankan usaha dan memenangkan persaingan.

Tujuan penelitian adalah untuk mengidentifikasi faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman bagi perusahaan. Serta menganalisis alternatif strategi yang sesuai bagi CV. Serasi Jaya Mandiri divisi bus pariwisata cabang Bubulak. Jenis Penelitian adalah penelitian deskriptif. Adapun alat analisis yang digunakan dalam penelitian adalah Matriks SWOT.

Hasil analisis SWOT dapat diketahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang harus dihadapi oleh CV. Serasi Jaya Mandiri divisi bus pariwisata cabang Bubulak. Kekuatan yang dimiliki oleh CV. Serasi Jaya Mandiri divisi bus pariwisata adalah *brand* sudah dikenal, harga sewa yang kompetitif, memiliki kantor dan garasi dilokasi yang strategis, armada bus yang masih tergolong muda, fasilitas yang dimiliki lengkap, kebersihan armada bus yang terjaga, sopir bus yang terlatih dan berpengalaman, perjalanan dapat mengikuti keinginan konsumen, menyediakan berbagai paket wisata, para karyawan yang kreatif dalam mendesain armada bus agar terlihat keren dan kekinian. Kelemahannya adalah armada yang masih terhitung sedikit dan tidak ada pilihan armada bus medium, kegiatan promosi yang terbilang masih minim, tampilan website yang masih kurang informatif, stuktur organisasi yang belum tersusun dengan baik, semua transaksi masih ditulis dibuku, belum terdapat standar untuk tour leader. Peluangnya adalah banyak munculnya destinasi baru, destinasi wisata indonesia yang beragam, adanya kesadaran pemerintah daerah untuk mengelola tempat wisata, semakin banyak biro jasa penyedia bus pariwisata dan travel, lembaga pendidikan, instansi pemerintahan dan swasta yang sudah kembali normal setelah pandemi, mengikuti kemajuan teknologi untuk menciptakan pemasaran produk yang maksimal. Ancaman yang harus dihadapi adalah banyaknya kompetitor baru, kenaikan harga bahan bakar, peraturan pemerintah, infrastuktur yang masih kurang memadai di daerah, permasalahan dalam perjalanan, pergeseran selera konsumen beralih ke transportasi lain.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Alternatif Strategi, SWOT.

ABSTRACT

Alwan Mufahir. 2431900233. Marketing Strategy Analysis CV. Serasi Jaya Mandiri Tourism Bus Division Bubulak Branch. Department of Marketing Management. GICI College of Economics, Depok. 2022.

CV. Serasi Jaya Mandiri, the tourism bus division of the Bubulak branch, is one of the many tourism bus companies in Bogor. Due to the large number of similar companies in the city causing competition to grow, plus the last 2 years the tourism sector died completely due to the pandemic. To be able to anticipate the competition that occurs and undergo the new normal at this time, CV. Serasi Jaya Mandiri, the tourism bus division of the Bubulak branch, needs to carry out the right strategy in order to maintain business and win the competition.

The purpose of this research is to identify internal factors that become strengths and weaknesses as well as external factors that become opportunities and threats for the company. As well as analyzing alternative strategies that are suitable for CV. Serasi Jaya Mandiri, the tourism bus division of the Bubulak branch. This type of research is descriptive research. The analytical tool used in this research is the SWOT Matrix.

The results of the SWOT analysis can know the strengths, weaknesses, opportunities and threats that must be faced by CV. Serasi Jaya Mandiri, the tourism bus division of the Bubulak branch. The strengths of CV. Serasi Jaya Mandiri tourism bus division is a well-known brand, competitive rental prices, has offices and garages in strategic locations, a relatively young bus fleet, complete facilities, maintained cleanliness of the bus fleet, trained and experienced bus drivers, travel can follow consumer desires, provide various tour packages, creative employees in designing bus fleets to make them look cool and contemporary. The disadvantages are that the fleet is still relatively small and there is no choice of medium bus fleet, the promotional activities are still minimal, the website display is still not informative, the organizational structure is not well organized, all transactions are still written in the book, there is no standard for tour leaders. The opportunity is the emergence of many new destinations, diverse Indonesian tourist destinations, the awareness of local governments to manage tourist attractions, more and more tourism and travel bus service bureaus, educational institutions, government and private institutions that have returned to normal after the pandemic, following technological advances to maximize product marketing. Threats that must be faced are the number of new competitors, rising fuel prices, government regulations, inadequate infrastructure in the regions, problems in travel, shifting consumer tastes to other transportation.

Keywords: Marketing Strategy, Alternative Strategy, SWOT.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran CV. Serasi Jaya Mandiri Divisi Bus Pariwisata Cabang Bubulak”. Laporan tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya pada program Diploma III di Jurusan Manajemen Pemasaran, STIE GICI. Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan kemampuan, waktu dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis sangat berharap untuk mendapatkan saran dan kritik yang bersifat membangun.

Dalam Penyusunan Tugas Akhir ini, penulis banyak menerima bimbingan serta dorongan moral maupun materil dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Nurdin Rifa'i selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya
2. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua STIE GICI
3. Bapak Dr. Ahmad Subagyo, CRBD, CSA, CRP selaku Ketua SENAT STIE GICI Business School.
4. Wakil Ketua I Bidang Akademik Bapak Eko Wahyu Widayat, S.Si, S.E., MM.
5. Bapak Intan Idianto, S.E., MM selaku Waket II
6. Wakil Ketua III Bapak Aldi Friyatna Dira, S.E., MM.
7. Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran Bapak Dian Rusmana, S.E, yang telah membantu dan menyelenggarakan program D3 Manajemen Pemasaran STIE GICI
8. Bapak Sugiharto, SH., MM, selaku pembimbing yang telah memberikan pengarahan serta kritik yang membangun dalam Karya Tugas Akhir ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
9. Ibu Tami Sucirat Cristiningsih, S.E., selaku Ketua BAAK STIE GICI Bogor yang selama ini membantu dalam pengurusan mata kuliah serta tugas akhir ini.
10. Ayahanda Aa Shomadi dan Ibunda Siti Komariah yang telah mendidik serta memotivasi selama penulis menuntut ilmu sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
11. Bapak Fazar Supadli selaku Kepala Operasional CV. Serasi Jaya Mandiri Divisi Bus

Pariwisata yang telah mengizinkan penulis untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

12. CV. Serasi Jaya Mandiri Divisi Bus Pariwisata yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
13. Teman-teman kelas pemasaran telah berjuang bersama sama selama perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini.
14. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir ini.

Dalam penyusunan laporan ini tentunya masih banyak terdapat kekurangan, kesalahan dan kekhilafan karena keterbatasan kemampuan penulis, untuk itu sebelumnya penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya. Penulis juga mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak demi perbaikan yang bersifat membangun atas laporan ini. Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih dan semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun kita bersama.

Depok, 11 Agustus 2022
Penulis

Alwan Mufahir

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR SIDANG	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Pembatasan Masalah	3
1.4 Rumusan Masalah	3
1.5 Tujuan Penelitian.....	4
1.6 Manfaat Penelitian.....	4
1.7 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Pengertian Strategi dan Manajemen Strategi	6
2.1.2 Manfaat dan Proses Manajemen Strategi	7
2.1.3 Strategi Pemasaran	8
2.1.4 Pengertian dan Manfaat Analisis SWOT	11
2.1.5 Unsur dan Faktor Analisis SWOT.....	11
2.1.6 Matriks SWOT	12
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Kerangka Pemikiran.....	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	18
3.1 Tempat dan Waktu.	18
3.2 Jenis Penelitian.....	18
3.3 Jenis Data	19
3.4 Teknik Pengumpulan Data	19
3.5 Teknik Analisis Data.....	20

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	22
4.1.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan	22
4.1.2 Visi & Misi Perusahaan	22
4.1.3 Struktur Organisasi	22
4.2 Hasil Pembahasan	24
4.2.1 Analisis Internal.....	25
4.2.1.1 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	25
4.2.1.2 Segmentasi, Targeting, Positioning.....	28
4.2.2 Analisis Eksternal	29
4.2.3 Identifikasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman.....	31
4.2.4 Analisis Matriks SWOT	33
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	39
5.1 Simpulan.....	39
5.2 Saran.....	40
 DAFTAR PUSTAKA	42
 LAMPIRAN.....	43

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penyewaan Bus.....	2
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan.....	18
Tabel 4.1 Daftar Tarif Sewa Bus.....	26

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Matriks SWOT	13
Gambar 2.1 Konsep Pemikiran	17
Gambar 3.1 Matrik SWOT.....	21
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	23
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	23
Gambar 4.2 Matrik SWOT CV. Serasi Jaya Mandiri Divisi Bus Pariwisata.....	23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan	43
Lampiran 2 Kartu Bimbingan	44
Lampiran 3 Daftar Riwayat Hidup.....	45
Lampiran 4 Transkrip Hasil Wawancara	46
Lampiran 6 Dokumentasi	51