

ANALISIS STRATEGI BERSAING PADA IVANOVA PRINTOGRAPHY

BY FOTO 2000 SEMARANG

TESIS



Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Magister Manajemen
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang

Oleh:

Yossy Santoso

18.D3.0011

PROGRAM PASCA SARJANA

MAGISTER MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2019

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM PASCASARJANA MANAJEMEN
Jl. Pawiyatan Luhur V/1 Bendan Duwur Semarang 50234
Telp. (024) 8441525, 8505003(hunting) Fax. (024) 8415429 - 8445265
e-mail: unika@unika.ac.id http://www.unika.ac.id



HALAMAN PENGESAHAN TESIS

No: 0159-1/B.2.9/PMSM/III/2019

JUDUL TESIS : Analisis Strategi Bersaing Pada Ivanova Printography by Foto 2000 Semarang
N A M A : Yossy Santoso
N I M : 18.03.2011
Program Studi : Program Pascasarjana Magister Manajemen
Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diterima dan diujikan dalam Ujian TESIS pada :

Har : Rabu
Tanggal : 23 Februari 2019

Hasil Penilaian : 15 Bola
Predikat Kelulusan : B

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Koordinator Penguji,

Dr. Bertha Bakti Renawati, SE., M.Si

Anggota Penguji,

Dr. Reina Yustini W., M.Si

Pembimbing,

Drs. Sentot Suciarto A., MP, Ph.D

Mengetahui

Ketua Program Pascasarjana Manajemen

(Dr. Agatha Ferjani, SE, MS-HRM)

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM PASCASARJANA MANAJEMEN**

Jl. Pawiyatan Luhur IV/1 Bendan Djuwur Semarang 50234
Telp. (024) 8441555, 8505003(hunting) Fax. (024) 8415429 - 8445265
e-mail: unika@unika.ac.id http://www.unika.ac.id



**BERITA ACARA
PENYELENGGARAAN UJIAN TESIS
No: 0158-1/B.2.9/PMSM/III/2019**

Pada hari Rabu, tanggal 20 Februari 2019, bertempat di Ruang Kuliah Program Pascasarjana Manajemen Lt. 4 - Gedung Thomas Aquinas, telah dilaksanakan Ujian Tesis atas mahasiswa :

N A M A : Yossy Santoso
N I M : 18.D3.0311
Program Studi : Program Pascasarjana Magister Manajemen
Angkatan MM ke :
Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

JUDUL TESIS : Analisis Strategi Bersaing Pada Ivanova Printography by Foto 2000 Semarang

Adapun hasil penilaian adalah : 15 Bole

Dengan predikat kelulusan : Baik

Lulusan MM ke : 236

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Koordinator Penguji,

Dr. Bertha Bekti Retnawati, SE., M.Si

Anggota Penguji 1,

Dr. Retno Yustini W., M.Si

Anggota Penguji 2,

Drs. Sentot Suciarto A, MP, Ph.D.

**Mengetahui
Ketua Program Pascasarjana Manajemen
Sekretaris**

(Dr. Agatha Febrina MS-HRM.)

HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Yossy Santoso

NIM : 18.D3.0011

Program Studi : Program Pascasarjana Manajemen

Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Tesis : ANALISIS STRATEGI BERSAING PADA
IVANOVA PRINTOGRAPHY BY FOTO 2000
SEMARANG

Dosen Pembimbing : Drs.Sentot Suciarto A,MP,Ph.D

Semarang, April 2019

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



(Drs.Sentot Suciarto A,MP,Ph.D)

PPERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

N a m a : Yossy Santoso

N I M : 18.D3.0011

Program Studi : Pasca Sarjana Magister Manajemen

Bidang Konsentrasi : Manajemen *Pemasaran*

JUDUL : ANALISIS STRATEGI BERSAING PADA
IVANOVA PRINTOGRAPHY BY FOTO 2000
SEMARANG

Menyatakan bahwa tesis ini adalah hasil karya saya sendiri, apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan atau pemalsuan data maupun bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia menerima sanksi dari Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

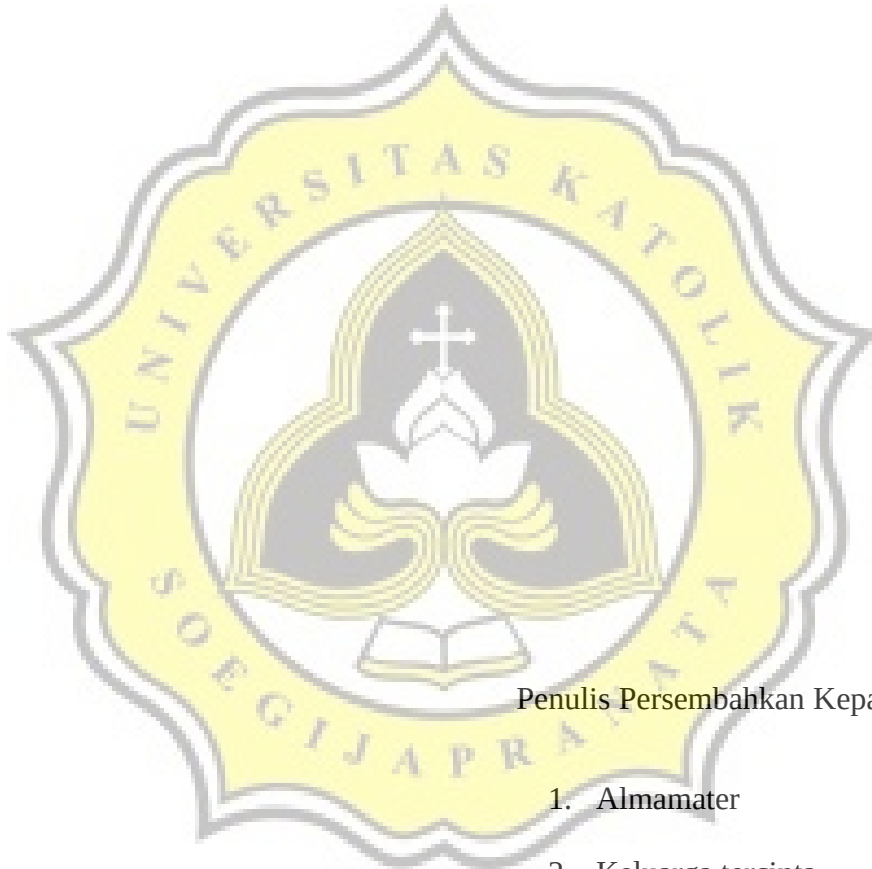
Semarang, Juli 2019

Yossy Santoso

MOTTO

The way to get started is to quit talking and begin doing.

Walt Disney



Penulis Persembahkan Kepada :

1. Almamater
2. Keluarga tercinta
3. Sahabat-sahabat tersayang

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi bersaing perusahaan Ivanova Printography dengan pendekatan SWOT dan IE matriks. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Data primer yang diperlukan dalam penelitian ini adalah segala hal yang berhubungan dengan strategi yang diterapkan perusahaan yaitu Ivanova Printography. Berdasarkan pada hasil analisis pada bagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: melihat pada kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan Ivanova Printography dan meminimalkan kelemahan dan ancaman yang ada, serta mengisi peluang yang ada. Kombinasi terbaik adalah dengan menerapkan strategi SO (kombinasi antara *Strength* dan *Opportunity*) maka yang dilakukan Ivanova Printography yaitu sebagai berikut: melakukan pengembangan pasar (*Market Development Strategy*) dengan membuka cabang di area Semarang, menambah pelanggan baru dengan cara mengembangkan pasar di daerah luar Semarang, menambahkan tenaga pemasaran dan *customer service* untuk dapat melayani pesanan pelanggan di Semarang yang sudah mulai meningkat dan rutin, meningkatkan promosi terkait produk foto untuk meningkatkan pendapatan Ivanova Printography melalui promosi lebih intens melalui media sosial seperti Twitter, Instagram, BBM, dan Whatsapp. Iklan tema promosi lebih elegan dan mengena ke konsumen target atau segmen pasar. Dari matriks IE diperoleh hasil bahwa Ivanova Printography berada di kuadran I dapat digambarkan sebagai Grow dan Build. Strategi yang cocok :Intensive atau Integration. Strategi insentif dan integrasi yang cocok untuk bidang Fotografi ini adalah menggunakan Market Development Strategy, caranya adalah memperluas pangsa pasar di luar kota Semarang sehingga Ivanova Printography lebih dikenal masyarakat luas.

Kata Kunci: SWOT dan IE

ABSTRACT

This study aims to identify competing strategies of Ivanova Printography companies with SWOT and IE matrix approaches. The type of research used is descriptive qualitative research. The primary data needed in this study are all things related to the strategy implemented by the company, Ivanova Printography. Based on the results of the analysis in the previous section, the following conclusions can be drawn: looking at the strength possessed by the Ivanova Printography company and minimizing existing weaknesses and threats, and filling in the opportunities that exist. The best combination is to apply the SO strategy (a combination of Strength and Opportunity) so that what Ivanova Printography does is as follows: conducting market development (Market Development Strategy) by opening a branch in the Semarang area, adding new customers by developing markets outside Semarang, adding marketing staff and customer service to be able to serve customer orders in Semarang that have started to increase and routinely, increase promotions related to photo products to increase revenue of Ivanova Printography through more intense promotions through social media such as Twitter, Instagram, BBM, and Whatsapp. Promotional theme advertisements are more elegant and hit target customers or market segments. From the IE matrix the results show that Ivanova Printography is in quadrant I can be described as Grow and Build. Suitable strategies: Intensive or Integration. This incentive and integration strategy that is suitable for the Photography field is to use the Market Development Strategy, the way is to expand market share outside the city of Semarang so that Ivanova Printography is better known to the wider community.

Keywords: SWOT and IE

KATA PENGANTAR

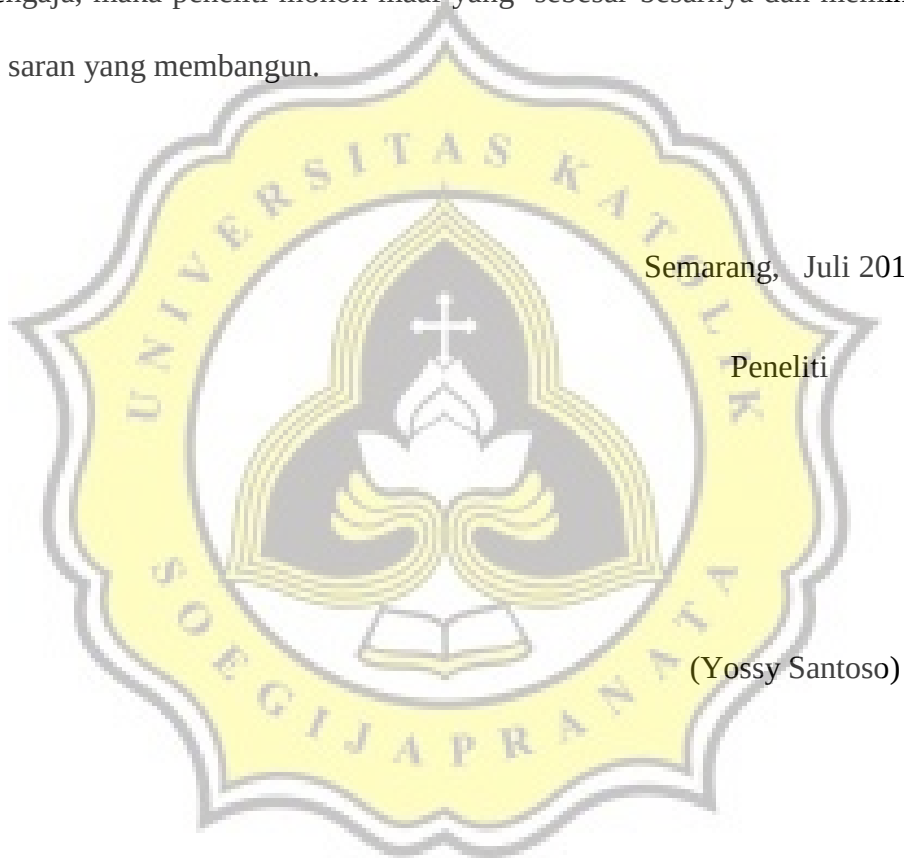
Pada kesempatan yang berbahagia ini, peneliti ingin mengucapkan puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan anugerah-Nya, peneliti akhirnya berhasil menyelesaikan tesis yang berjudul: “ANALISIS STRATEGI BERSAING PADA IVANOVA PRINTOGRAPHY BY FOTO 2000 SEMARANG”.

Dalam menyelesaikan usulan tesis ini tidak sedikit hambatan yang dialami oleh penulis, oleh sebab itu dukungan dari berbagai pihak sangat dibutuhkan. Maka pada kesempatan ini pulalah penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak, yaitu:

1. Ketua Program Studi Program Pasca Sarjana Magister Manajemen, Ibu Dr. Agatha Ferijani, SE., MS-HRM.
2. Ibu Drs. Sentot Suciarto A, MP, Ph.D selaku dosen pembimbing yang banyak memberikan nasehat dan bimbingan selama ini.
3. Tim penguji, Ibu Dr. Berta Bakti Retnawati, SE., M.Si. dan Ibu Dr. Retno Yustini W., M.Si yang telah menguji dan memberikan koreksi serta saran untuk perbaikan kepada peneliti.
4. Bapak dan Ibu dosen Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.
5. Kedua orang tua, yang selama ini telah memberikan banyak dukungan baik moril maupun materiil.
6. Teman-teman satu angkatan yang telah memberikan dukungannya selama ini.

7. Responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu hingga tersusunnya usulan tesis ini.

Akhir kata, jika terdapat kesalahan baik yang disengaja maupun tidak disengaja, maka peneliti mohon maaf yang sebesar-besarnya dan meminta kritik dan saran yang membangun.



Semarang, Juli 2019

Peneliti

(Yossy Santoso)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
BERITA ACARA	iii
HALAMAN PERSETUJUAN TESIS	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	v
MOTTO	vi
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
BAB II: LANDASAN TEORI.....	11
2.1. Pengertian Strategi	11
2.2. Strategi Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing.....	13
2.3. Strategi Posisi Pasar	14
2.4. Analisis SWOT..	17
2.5. Analisis IE Matriks....	20
2.6. Penelitian Terdahulu...	22
2.7. Kerangka Pikir Penelitian	23
2.8. Definisi Operasional	24

BAB III: METODE PENELITIAN	28
3.1. Jenis Penelitian.....	28
3.2. Populasi dan Sampel	28
3.3. Jenis dan dan Sumber Data	29
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.5. Metode Analisis Data.....	30
BAB IV: HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	34
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	34
4.2. Gambaran Umum Responden	37
4.3. Hasil Analisis dan Pembahasan	39
4.3.1. Tanggapan Responden mengenai Variabel Penelitian	39
4.3.2. Matriks IFAS.....	47
4.3.3. Matriks EFAS.....	49
4.4. Analisis SWOT	51
BAB V: PENUTUP	57
5.1. Kesimpulan	57
5.2. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Hasil Produksi Ivanova Printography	5
Gambar 1.2. Grafik Perkembangan Ivanova Printography.....	7
Gambar 2.1. Kerangka Pikir Penelitian	23
Gambar 3.1.Matrix IE	32
Gambar 4.1.Struktur Organisasi Ivanova Printography	34



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Daftar Nama Pesaing	6
Tabel 2.1. Matrix SWOT	17
Tabel 3.1. EFAS.....	31
Tabel 3.2. IFAS.....	31
Tabel 4.1 Gambaran Umum Responden	37
Tabel 4.2. Gambaran Responden Photographer.....	38
Tabel 4.3 Gambaran Responden konsumen akhir	39
Tabel 4.4 Gambaran Responden Pesaing.....	39
Tabel 4.5.Tanggapan Pemilik Mengenai Lingkungan Internal.....	39
Tabel 4.6.Tanggapan Pemilik Mengenai Lingkungan Eksternal.....	41
Tabel 4.7.Tanggapan Karyawan Mengenai Lingkungan Internal.....	42
Tabel 4.8.Tanggapan Konsumen Mengenai Lingkungan Eksternal.....	43
Tabel 4.9.Tanggapan Pesaing Mengenai Peluang atau <i>Opportunity</i>	45
Tabel 4.10.Tanggapan Pesaing Mengenai Ancaman atau <i>Threat</i>	46
Tabel 4.11.Tanggapan Pesaing Mengenai Ancaman atau <i>Threat</i>	47
Tabel 4.12. IFAS	48
Tabel 4.13. EFAS.....	49
Tabel 4.14. IE Matriks	50
Tabel 4.15. Strategi Pengembangan Pasar dari tahun I-III	55
Tabel 4.16. Strategi Promosi dari tahun I-III	56

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

LAMPIRAN 1 KUESIONER	60
LAMPIRAN 2 HASIL WAWANCARA.....	69
LAMPIRAN 3 HASIL KUESIONER	73

