

**STRATEGI PEMASARAN PENJUALAN PAKAIAN MENGGUNAKAN  
ANALISIS SWOT DI PASAR BORONG KECAMATAN BORONG  
KABUPATEN MANGGARAI TIMUR  
(Studi Pada Pedagang Pakaian Di Pasar Borong)**

**SKRIPSI**



**OLEH**

**HILDIANA ALDEGONDA SARINA KABUT**

**NIM : 2017410353**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS FLORES**

**ENDE**

**2022**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

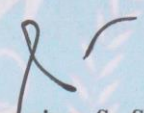
**Nama : HILDIANA ALDEGONDA SARINA KABUT**  
**Nim : 2017410353**  
**Judul : STRATEGI PEMASARAN PENJUALAN PAKAIAN  
MENGUNAKAN ANALISIS SWOT DI PASAR  
BORONG KECAMATAN BORONG KABUPATEN  
MANGGARAI TIMUR (Studi Pada Pedagang Pakaian Di  
Pasar Borong)**

**Ende, 15 Februari 2022**

**Telah Diujikan Di Depan Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

  
**Dr. Hyronimus Se, SE.,MM**

**NIDN. 0829097501**

  
**Lambertus Langga, SE.,M.Sc**

**NIDN. 08 2507 7101**

**Mengetahui**

**Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Flores**

  
**Lambertus Langga, SE.,M.Sc**

**NIDN. 08 2507 7101**



## LEMBAR PEGESAHAN

Telah diujikan dan disahkan Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores Untuk Dipertahankan Guna Memperoleh Sarjana Manajemen Pada :

Hari : Selasa  
Tanggal : 15 Februari 2022

Megesahkan,  
Dekan Fakultas Ekonomi



Iriany Dewi Soleiman, SE.,M.Sc  
NIDN. 08 2603 7001

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen



Lambertus Langga, SE.,M.Sc  
NIDN. 08 2507 7101

Tim Penguji :

01 Gabriel Tanusi, SE.,M.Si  
NIDN. 0827067101

1. 

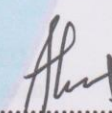
02 Maria Endang Jamu, SE.,MM  
NIDN. 08 1410 9101

2. 

03 Maria Helena Carolinda Dua Mea, S.S.,MM  
NIDN. 0831108301

3. 

04 Lambertus Langga, SE.,M.Sc  
NIDN. 08 2507 7101

4. 

05 Dr. Hyronimus Se, SE.,MM  
NIDN. 0829097501

5. 



**UNIVERSITAS FLORES**  
**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul:

**“STRATEGI PEMASARAN PENJUALAN PAKAIAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT DI PASAR BORONG KECAMATAN BORONG KABUPATEN MANGGARAI TIMUR (Studi Pada Pedagang Di Pasar Borong)”**

Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal 15 februari 2022 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 15 Februari 2022

Yang Memberi Pernyataan



**Hildiana Aldegonda Sarina Kabut**  
**2017410353**

**MOTTO**

**‘BAIK UNTUK MERAYAKAN KESUKSESAN, NAMUN YANG LEBIH  
PENTING ADALAH BELAJAR DARI SEBUAH KEGAGALAN’**

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

1. Tuhan yang Maha Esa, yang selalu menyertaiku selama penyusunan skripsi ini menuju kebersamaan
2. Teristimewa kedua orangtua tercinta, Bapak Lasarus Adi dan Mama Emilia Yulita Mamut yang telah membesarkan, mendidik, memotivasi serta selalu setia menanti kebersamaanku dalam meraih gelar Sarjana.
3. Yang tercinta ketiga adikku Desriana Mia, Maria Irmina Ngamul, dan Christiano Febrian Draif Jehabut yang setia memberikan dukungan dan dorongan selama penyusunan skripsi ini.
4. Semua keluarga besar Tanggo dan Lewur yang tidak sempat disebutkan nama, yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman seperjuanganku
6. Bapak dan Ibu dosen Pembimbing yang telah banyak membantu memberikan bimbingan, saran serta koreksi dalam penulisan skripsi ini
7. Almamaterku tercinta Universitas Flores
8. Agama, Nusa dan Bangsa.

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis haturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmatnya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Pemasaran Penjualan Pakaian Menggunaka Analisis SWOT di Pasar Borong Kecamatan Borong Kabupaten Manggarai Timur (Studi Pada Pedagang Di Pasar Borong)”**.

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan dan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores Ende. Selain itu, skripsi ini juga dibuat sebagai salah satu wujud implementasi dari ilmu yang didapat selama masa perkuliahan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores Ende.

Penulis menyadari bahwa skripsi masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap dapat belajar lebih banyak lagi dalam mengimplementasikan ilmu yang didapatkan. Skripsi ini tentunya tidak lepas dari bimbingan, masukan dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Iriany Dewi Soleiman, SE.,M.Sc. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Flores
2. Bapak Dr. Hyronimus Se, SE.,MM. sebagai dosen pembimbing I dan Bapak Lambertus Langga, SE.,M.Sc. sebagai dosen pembimbing II yang

telah meluangkan waktu memberikan dukungan, bimbingan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

3. Bapak Lambertus Langga, SE.,M.Sc. sebagai Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan dukungan selama masa perkuliahan di Program Studi Manajemen Universitas Flores Ende.
4. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis mengharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Ende, Februari 2022

Penulis



## ABSTRAK

**Hildiana Aldegonda Sarina Kabut. 2017. Strategi Pemasaran Penjualan Pakaian Menggunakan Analisis Swot Di Pasar Borong Kecamatan Borong Kabupaten Manggarai Timur. (Studi Pada Pedagang Pakaian Di Pasar Borong). Skripsi. Ende. Pembimbing I Dr. Hyronimus Se, SE., MM Pembimbing II Lambertus Langga, SE., M.Sc. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Flores. 2022.**

---

Penelitian ini dilatar belakangi dari hasil pengamatan peneliti, bahwa masalah yang dihadapi oleh pedagang di Pasar Borong merupakan berkurangnya konsumen dalam membeli pakaian. Maka diperlukan analisis SWOT untuk mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi pedagang setelah itu menetapkan strategi yang cocok dalam memasarkan pakaiannya.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang untuk membangun kekuatan, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang, dan menghadapi ancaman dalam memasarkan pakaiannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, studi pustaka, dokumentasi, dan pembagaaian kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis data deskriptif kualitatif dan juga menggunakan teknik analisis data dengan matriks SWOT.

Berdasarkan hasil perhitungan analisis SWOT strategi yang harus diambil untuk membangun kekuatan, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang dan menghadapi ancaman adalah dengan mendukung pertumbuhan kebijakan yang agresif.

**Kata kunci: Strategi Pemasaran, Kekuatan, Kelemahan, Ancaman, Peluang**

## **ABSTRACT**

**Hildiana Aldegonda Sarina Kabut. 2017. *Marketing Strategy for Clothing Sales Using SWOT Analysis in the Borong Market, Borong District, East Manggarai Regency. (Study on clothing traders in wholesale markets). Essay. Ende. Advisor I Dr. Hyronimus Se, SE.,MM Advisor II Lambertus Langga, SE.,M.Sc. Management Studies Program. Faculty of Economics. Flores University. 2022.***

---

*This research is based on the observations of researchers, that the problem faced by traders in the wholesale market is the lack of consumers in buying clothes. So a SWOT analysis is needed to find out what are the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by traders after that determine the appropriate strategy in marketing their clothes.*

*The purpose of this study was to determine the marketing strategies carried out by traders to build strengths, overcome weaknesses, take advantage of opportunities, and face threats in marketing their clothes. The method used in this research is the descriptive qualitative method. Data collection techniques used observation, literature study, documentation, and distributing questionnaires. The data analysis used was descriptive qualitative data analysis and also used data analysis techniques with a SWOT matrix.*

*Based on the results of the SWOT analysis calculation, the strategy that must be taken to build strengths, overcome weaknesses, take advantage of opportunities, and face threats is to support aggressive policy growth.*

***Keywords: Marketing Strategy, Strengths, Weaknesses, Threats, Opportunities***

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	8
1.4.2 Manfaat Praktis .....	8

<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Strategi Pemasaran .....	10
2.1.1.1 Pengertian Strategi .....	10
2.1.1.2 Pengertian Pemasaran .....	11
2.1.1.3 Pengertian Strategi .....	13
2.1.1.4 Fungsi Utama Strategi Pemasaran .....	13
2.1.2 <i>Product</i> (Produk).....	14
2.1.2.1 Pengertian Produk .....	14
2.1.2.2 Tingkatan Produk .....	15
2.1.2.3 Diferensiasi Produk.....	15
2.1.2.4 Indikator Produk .....	16
2.1.3 <i>Price</i> (Harga).....	17
2.1.3.1 Pengertian Harga.....	17
2.1.3.2 Tujuan Penetapan Harga .....	18
2.1.3.3 Metode Penetapan Harga .....	19
2.1.3.4 Indikator Harga .....	21
2.1.4 <i>Promotion</i> (Promosi).....	22
2.1.4.1 Pengertian Promosi .....	22
2.1.4.2 Fungsi Promosi .....	23
2.1.4.3 Bauran Promosi.....	24
2.1.4.4 Indikator Promosi.....	25
2.1.5 <i>Place</i> (Lokasi) .....	26

2.1.5.1 Pengertian Lokasi.....	26
2.1.5.2 Pemilihan Lokasi.....	27
2.1.5.3 Indikator Lokasi .....	29
2.1.6 Analisis SWOT .....	31
2.1.6.1 Pengertian Analisis SWOT .....	31
2.1.6.2 Fungsi, Manfaat, dan Tujuan Analisis SWOT.....	31
2.1.6.2.1 Tujuan Analisis SWOT .....	31
2.1.6.2.2 Manfaat Analisis SWOT .....	32
2.1.6.2.3 Fungsi Analisis SWOT .....	32
2.1.6.3 Mekanisme dan Rancangan Strategi Analisis SWOT.....	33
2.1.6.4 Matriks SWOT.....	34
2.2 Penelitian Terdahulu .....	37
2.3 Kerangka Pemikiran.....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	41
3.2 Lokasi Penelitian.....	41
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	41
3.3.1 Jenis Data .....	41
3.3.2 Sumber Data.....	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5 Populasi dan Sampel .....	44
3.5.1 Populasi.....	44
3.5.2 Sampel.....	44

3.6 Defenisi Operasional.....	45
3.7 Teknik Analisis Data.....	47
3.7.1 Analisis Deskriptif Kualitatif .....	47
3.7.2 Analisis SWOT .....	47
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	54
4.2 Pengajian Data Penelitian .....	55
4.2.1 Deskripsi Responden Penelitian.....	55
4.3 Indentifikasi Analisis SWOT .....	56
4.3.1 Kekuatan ( <i>Strenght</i> ) Pada Pedagang Pakaian .....	56
4.3.2 Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> ) Pada Pedagang Pakaian .....	56
4.3.3 Peluang ( <i>Opportunities</i> ) Pada Pedagang Pakaian .....	57
4.3.4 Ancaman ( <i>Threath</i> ) Pada Pedagang Pakaian .....	58
4.4 Pembahasan Perhitungan EFAS dan IFAS Analisis SWOT .....	60
4.4.1 Perhitungan IFAS .....	60
4.4.2 Perhitungan EFAS.....	61
4.5 Matriks SWOT ( <i>Strenght, Weaknesses, Opportunity, Threath</i> ) .....	63
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian .....	65
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>67</b>
5.1 Kesimpulan .....	67
5.2 Saran.....	68

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1 Matriks SWOT .....	35
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu/ .....	38
Tabel 3.1 Defenisi Operasional .....	46
Tabel 3.2 Matriks IFAS .....	48
Tabel 3.3 Matriks EFAS .....	49
Tabel 3.4 Skor Skala Rating .....	51
Tabel 3.5 Matriks SWOT .....	51
Tabel 4.1 Responden Penelitian .....	55
Tabel 4.2 Analisis SWOT Pada Pedagang Pakaian .....	59
Tabel 4.3 IFAS .....	60
Tabel 4.4 EFAS .....	61
Tabel 4.5 Matriks SWOT Pedagang di Pasar Borong.....	63

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Matriks SWOT .....	34
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 3.1 Jaring-Jaring Keputusan Analisis SWOT .....	53
Gambar 4.1 Diagram Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Gambar 4.2 Matriks <i>Grand Strategy</i> .....	62



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Hasil Olahan Data

Lampiran 4 Data Pedagang Pakaian di Pasar Borong

Lampiran 5 Dokumentasi

Lampiran 6 Surat Penelitian