

**TUGAS AKHIR**

**PENENTUAN STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK  
DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT PADA  
PRODUK KAOS  
DI PT. ASELI DAGADU DJOGJA, YOGYAKARTA**

**Diajukan Kepada Fakultas Sains dan Teknologi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1)  
Dalam Ilmu Teknik Industri**



**Disusun oleh  
Achmad Syamsul Arifin  
08660077**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2014**



## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Hal : Persetujuan Skripsi

Lamp : -

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Sains dan Teknologi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Achmad Syamsul Arifin

NIM : 08660077

Judul Skripsi : Penentuan Strategi Pengembangan Produk Dengan menggunakan Analisis SWOT Pada produk kaos di PT. Aseli Dagadu Djogja

sudah dapat diajukan kembali kepada Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Teknik Industri

Dengan ini kami berharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum wr. wb.*

Yogyakarta, Februari 2014

pembimbing II

Pembimbing I

Ira Setyaningsih, M.Sc  
NIP. 19790326 200604 2 002

Kifayah Amar, Ph.D  
NIP.197406212006042001



**PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR**

Nomor : UIN.02/D.ST/PP.01.1/1448/2014

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul : Penentuan Strategi Pengembangan Produk Dengan Menggunakan Analisis SWOT pada Produk Kaos di PT Aseli Dagadu Djogja, Yogyakarta

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Achmad Syamsul Arifin

NIM : 08660077

Telah dimunaqasyahkan pada : 4 April 2014

Nilai Munaqasyah : B

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga

**TIM MUNAQASYAH :**

Ketua Sidang

Ira setyaningsih, M.SC  
NIP.19790326 200604 2 002

Penguji I

Kifayah Amar, Ph.D  
NIP.19740621 200604 2001

Penguji II

Arya Wirabhuna, M.Sc  
NIP.19770127 200501 1 002

Yogyakarta, 21 Mei 2014

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Sains dan Teknologi

Dekan



Drs. H. Akh. Minhaji, M.A, Ph.D  
NIP. 19580919 198603 1 002

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Achmad Syamsul Arifin

NIM : 08660077

Program Studi : Teknik Industri

Fakultas : Sains dan Teknologi

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sejujurnya, bahwa skripsi saya yang berjudul : **“PENENTUAN STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT PADA PRODUK KAOS DI PT. ASELI DAGADU DJOGJA, YOGYAKARTA.”**

Adalah asli hasil penelitian saya sendiri dan bukan plagiasi hasil karya orang lain.

Yogyakarta, Februari 2014

Yang menyatakan



Achmad Syamsul Arifin  
NIM. 08660077

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Alhamdulillahirobbil'alamiin, puji syukur kehadiran Allah SWT, atas nikmat, hidayat serta limpahan rahmatNya, sehingga tugas akhir ini dapat kami selesaikan dengan baik. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita baginda Nabi Agung Muhammad SAW, semoga kita semua mendapatkan syafaatnya saat ini maupun besok di hari akhir kelak amin.

Penulis menyadari bahwa banyak hal yang penulis sendiri belum mengasai sepenuhnya sehingga masih banyak terdapat kekurangan dalam penyusunan tugas akhir ini. Oleh karenanya, penulis tidak lepas dari bantuan, dorongan, serta bimbingan dari berbagai pihak yang telah berkenan membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir ini. Pada akhirnya dengan penuh keikhlasan dan kerendahan hati, penulis menghaturkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Drs. H. Akh. Minhaji, M.A, Ph.D, selaku dekan fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Arya Wirabhuna, S.T, M.Sc, selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Ira Setyaningsih, S.T, M.Sc, dan Ibu Kifayah Amar, Ph.d, selaku pembimbing I dan pembimbing II tugas akhir saya, yang senantiasa sabar dalam membimbing dan mengarahkan saya dalam penulisan tugas akhir ini.
4. Seluruh Dosen Program Studi Teknik Industri UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah banyak memberikan wawasan keilmuan dan mampu membuka cakrawala pemikiran penulis tentang dunia tekmmik industri selama. Anda-anda semmua adalah inspirasi saya.
5. Seluruh jajaran staf dan karyawan PT. Aseli Dagadu Djogja Yogyakarta yang banyak memeberikan bantuan dan dukungan bagi penulis selama melakukan penelitian dan menyusun tugas akhir ini. Terimakasih atas berbagai masukan dan diskusi yang bermanfaat.
6. Ibu saya yang sangat saya cintai dan saya kagumi, ibu Khofifah, ketulusan hatimulah yang bisa menjadikan saya seperti ini, Engkaulah segalanya bagiku.sampai tak bisa saya

ungkapkan satu persatu untukmu Ibu. Semoga Allah memberkatimu sepanjang hayat. Amin.

7. Almarkhum Bapak Khuzaeni, semoga engkau mendapatkan tempat terbaik disana. Allahumaghfirlahu, warkhamhu, wa'afih wa'fuanhu.
8. Rekan seperjuangan Teknik Industri 2008, ERROR TEAM dll. BEM-PS Teknik Industri, sahabat PMII. Kaulah sahabat yang ada dalam episode hidupku, thank you, *sukses yo brow.*
9. Seluruh masyarakat Prawirodirjan Gondomanan yang dimana banyak saya belajar bermasyarakat disitu.
10. De' ku yang cantik, terimakasih banyak atas semuanya.
11. Seluruh pihak yang turut memberikan sumbangsuhnya dalam perjalanan hidup penulis, yang dengan segala permintaan maaf tidqak dapat penulis tulis satu per satu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penyusunan tugas akhir ini untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi tercapainya kesempurnaan tugas akhir ini. Semoga karya yang sederhana ini mampu memberikan manfaat bagi kita sekalian, terutama bagi pengembangan keilmuan Teknik Industri kedepanya.

Pada akhirnya penulis hanya dapat berharap semoga Allah SWT berkenan memberikan balasan yang lebih baik atas segala bantuan, bimbingan, dan motivasi yang diberikan kepada penulis selama ini. *Amin ya Robbal'alamin.*

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 8 Juni 2014

Penulis

Achmad Syamsul Arifin  
08660077

## **MOTTO**

**“HIDUPKU HARUS BISA MEMBAHAGIAKAN ORANG  
YANG SAYA CINTAI”**



## PERSEMBAHAN

AKU PERSEMBAHKAN TUGAS AKHIR INI BAGI :

- Almamater kebanggaan. Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Keluarga dan kerabatku tercinta, Ibu, Almarkhum Bapak, mas, adik dan semuanya. Engkaulah anugrah terindah dalam hidupku.
- Semua yang sudah mendukung baik moril, mateiil dalam penyusunan tugas akhir ini.



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Batasan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	4
1.6 Sistematika Penulisan .....	5

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 Pengertian Manajemen Strategi .....	9
2.3 Analisis SWOT .....	11
2.3.1 Variabel Internal .....	12
2.3.2 Variabel Eksternal .....	15
2.3.3 Diagram Analisis SWOT .....	19
2.4 Matriks Daya Tarik Industri .....	20

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian .....	29
3.2 Data Penelitian .....	29
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	30
3.4 Metode Analisis Data .....	31
3.5 Diagram Alir Penelitian .....	36

## BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data .....	37
4.2 Pengolahan Dan Analisa Data .....	39
4.2.1 Analisis SWOT .....	39

4.2.2 Analisis MDTI .....60

4.2.3 Perumusan Strategi .....79

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....83

5.2 Saran .....85



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
Tabel 2.2 Diagram Matriks SWOT .....	19
Tabel 2.3 Gambar Matriks Daya Tarik Industri .....	22
Tabel 4.1 Data Hasil Kuesioner .....	37
Tabel 4.2 Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner .....	37
Tabel 4.3 Presentase dari Tabel Rekapitulasi Data Penilaian Kuesioner .....	38
Tabel 4.4 Uji Reabilitas Data .....	39
Tabel 4.5 <i>EFAS / Eksternal Strategic Factors Analisis Summary</i> .....	46
Tabel 4.6 <i>IFAS / Internal Strategic Factors Analisis Summary</i> .....	52
Tabel 4.7 Matrik SWOT .....	54
Tabel 4.8 Alternatif strategi dengan matrik SWOT .....	56
Tabel 4.9 Identifikasi Variabel Internal PT. Aseli Dagadu Djogja .....	62
Tabel 4.10 Identifikasi Variabel Eksternal PT. Aseli Dagadu Djogja .....	63
Tabel 4.11 Penilaian Variabel Internal .....	64
Tabel 4.12 Nilai Tertimbang Variabel Internal PT. Aseli Dagadu Djogja .....	69
Tabel 4.13 Penilaian Variabel Eksternal .....	70
Tabel 4.14 Nilai Tertimbang Variabel Eksternal PT. Aseli Dagadu Djogja .....	77
Tabel 4.15 Posisi Bisnis PT. Aseli Dagadu Djogja .....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT .....	20
Gambar 2.2 Diagram Alir Penelitian .....	36
Gambar 4.1 Posisi PT. Dagadu Aseli Djogja Pada Analisis SWOT .....	53



# **PENENTUAN STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK DENGAN MENGUNAKAN ANALISIS SWOT PADA PRODUK KAOS DI PT. ASELI DAGADU DJOGJA, YOGYAKARTA**

Oleh :

**Achmad Syamsul Arifin**

**NIM : 08660077**

---

Penelitian ini dilakukan di PT. Aseli Dagadu Djogja yang berlokasi di Jl Ikip PGRI No.50 Yogyakarta. Dalam era industri sekarang ini keanekaragaman model dan mutu dari suatu produk menjadi satu faktor yang sangat penting dan tidak dapat dipisahkan dari proses keberhasilan suatu perusahaan. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor internal dan faktor eksternal perusahaan yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Mencari posisi usaha perusahaan berdasarkan metode analisis SWOT dan MDTI. Menentukan strategi pengembangan produk dengan menggunakan analisis SWOT . strategi tersebut dilihat dari faktor eksternal dan factor internal.

Dari hasil Analisis SWOT yang dilakukan terhadap kekuatan dan kelemahan (variabel internal) yang kemudian dilakukan perhitungan yang berdasarkan pada Tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*), didapat nilai total skor 3,62. Sedangkan untuk perhitungan terhadap ancaman dan peluang (variabel eksternal) yang kemudian dilakukan perhitungasn berdasarkan pada Tabel EFAS (*External Strategic Factors Analysis Summary*) didapatkan nilai total skor 3,00. Sehingga apabila dari kedua total nilai skor yang didapat dimasukkan dalam bagan analisis SWOT, posisi usaha PT. Aseli Dagadu Djogja berada pada kuadran 1 ( agresif ). Hal ini berarti PT. Aseli Dagadu Djogja memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang di terapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).. Strategi pengembangan produk yang harus di lakukan oleh perusahaan adalah sebagai berikut :

Pengembangan produk kaos dengan memperbanyak design yang unik dan khas

pengembangan produk kaos dengan harga yang bervariasi.

Pengembangan produk dengan menambahkan asesoris-asesoris yang menarik di gerai-gerai Dagadu.

Kata kunci : Strategi, SWOT, MDTI

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada masa sekarang ini teknologi berkembang begitu pesat mendorong perusahaan untuk tumbuh dan berkembang. Dalam hal ini tentu tidak lepas dari berbagai persoalan yang timbul baik dari dalam maupun dari luar perusahaan. Dan dalam menjamin kelangsungan hidup perusahaan, maka diperlukan suatu bentuk kepemimpinan yang terarah serta perencanaan yang baik.

Dengan era industri sekarang ini keanekaragaman model dan mutu dari suatu produk menjadi satu faktor yang sangat penting dan tidak dapat dipisahkan dari proses keberhasilan suatu perusahaan. Tuntutan konsumen atau pasar terhadap ketersediaan model dan mutu suatu produk yang tinggi semakin menunjukkan gejala yang jelas. Dimana pasar atau konsumen cenderung memilih suatu produk yang sudah terjamin mutunya dari pada suatu produk yang belum dikenal. Hal tersebut menunjukkan bahwa pasar atau konsumen menilai baik buruk perusahaan berdasarkan ketersediaan model dan mutu produk yang dihasilkannya.

PT. Aseli Dagadu Djogja merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pembuatan kaos oblong. Dalam menjalankan usahanya perusahaan ini senantiasa mengutamakan mutu produk, prestasi dan citra baik, serta berusaha menjadi perusahaan yang terkemuka dibidangnya. Semangat inovasi serta penguasaan teknologi terus dipacu demi pertumbuhan dan pengembangan usaha

yang berkelanjutan yang menghasilkan produk yang bermutu dan bernilai tambah tinggi.

Motivasi dan profesionalisme dibentuk melalui iklim kerja yang menarik, tugas-tugas yang menantang, pelatihan yang berkesinambungan. PT. Aseli Dagadu Djogja merupakan perusahaan pembuatan kaos yang kurang lebih sudah menempuh 19 tahunan dalam menjalankan usahanya.

Dalam penelitian ini metode yang di pilih analisis SWOT karena metode tersebut dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT. Sedangkan metode yang kedua adalah MDTI digunakan karena metode tersebut berusaha menggambarkan posisi pasar perusahaan dengan cara terlebih dahulu melakukan dekomposisi perusahaan menjadi unit usaha strategis. Hal ini ada kaitanya dengan dimensi yang ada dalam analisis SWOT. Saat ini persaingan di hoting khususnya di Yogyakarta sangatlah tajam. Untuk itu membutuhkan strategi-strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan itu, baik dari internal perusahaan sendiri maupun persaingan dari luar.



Dari sedikit gambaran latar belakang tersebut, maka kebutuhan akan suatu perencanaan strategi, yaitu strategi yang terencana dan sistematis yang berdasarkan analisis internal maupun eksternal sehingga dengan strategi ini dapat melihat dan mendayagunakan kekuatan yang dimiliki untuk memasuki peluang yang ada sehingga dapat mengatasi kelemahan serta menghindari ancaman yang akan dihadapi dimasa yang akan datang. Hal ini untuk mengarahkan pada tujuan yang lebih baik.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah : *Bagaimana menentukan strategi pengembangan produk dengan menggunakan analisis SWOT pada produk kaos di PT. Aseli Dagadu Djogja ?*

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini dilakukan ialah :

1. Mengidentifikasi dan menganalisis faktor internal perusahaan yaitu kekuatan dan kelemahan.
2. mengidentifikasi dan menganalisis faktor eksternal perusahaan yaitu ancaman dan peluang.
3. Mencari posisi usaha perusahaan berdasarkan metode analisis *SWOT* dan *MDTI*.

4. Menentukan strategi pengembangan produk dengan menggunakan analisis *SWOT* pada produk berupa produk kaos. Strategi tersebut dilihat dari faktor internal dan eksternal perusahaan.

#### **1.4 Batasan Penelitian**

Agar pemecahan masalah tidak menyimpang dari ruang lingkup penelitian, maka perlu adanya batasan masalah. Adapun batasan-batasan permasalahan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menggambarkan posisi usaha dan analisis serta pemilihan strategi digunakan analisis Matriks Daya Tarik Industri (MDTI), yang merupakan bagian dari analisis *SWOT*.
2. Analisis *SWOT* yang dilakukan berdasarkan keadaan saat ini dengan fokus pada produk saja, bukan kondisi perusahaan secara umum.
3. Produk yang di analisis adalah produk kaos oblong.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Dari adanya usulan formulasi strategi perusahaan dalam menghadapi persaingan ini, maka penelitian ini diharapkan diperoleh beberapa kegunaan sebagai berikut :

1. Sebagai bahan antisipasi bagi perusahaan dalam menghadapi ancaman maupun peluang yang bakal terjadi.
2. Sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk memperjelas arah dan tujuan perusahaan terkait dengan perencanaan dimasa yang akan datang.

3. Sebagai masukan bagi semua bagian yang terlibat dalam pencapaian tujuan perusahaan.
4. Sebagai suatu titik awal dari pengembangan masalah yang sama.

### **1.6 Sistematika penulisan**

Sistematika penulisan yang penulis susun dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I: PENDAHULUAN,**

terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Terdiri dari penelitian terdahulu, pengertian manajemen strategi, pengertian analisis *SWOT*, Matriks Daya Tarik Industry (MDTI),

#### **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN,**

terdiri dari objek penelitian, data penelitian, metode pengumpulan data, metode analisis data dan diagram alir penelitian.

#### **BAB IV. PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Bab ini membahas pengolahan data yang ada dan hasil dari pengolahan data penelitian.

#### **BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN.**

Berisi kesimpulan dan saran.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan hasil analisis yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan :

1. Dari hasil Analisis SWOT yang dilakukan terhadap kekuatan dan kelemahan (variabel internal) yang kemudian dilakukan perhitungan yang berdasarkan pada Tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*), didapat nilai total skor 3,62. Sedangkan untuk perhitungan terhadap ancaman dan peluang (variabel eksternal) yang kemudian dilakukan perhitungannya berdasarkan pada Tabel EFAS (*External Strategic Factors Analysis Summary*) didapatkan nilai total skor 3,00. Sehingga apabila dari kedua total nilai skor yang didapat dimasukkan dalam bagian Analisis SWOT, posisi usaha PT. Aseli Dagadu Djogja berada pada kuadran 1 ( agresif ). Hal ini berarti PT. Aseli Dagadu Djogja memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*). Hal ini dapat dicapai dengan cara menurunkan harga, mengembangkan produk baru, menambah kualitas produk atau jasa, atau meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas.

2. Dari hasil Analisis Matriks Daya Tarik Industri (MDTI), terhadap variabel internal (kekuatan bisnis) dan variable eksternal (daya tarik industri) maka diperoleh hasil dari nilai tertimbang variabel internal/ kekuatan bisnis adalah 3,62 dan variable eksternal / daya tarik industry adalah 3,00. Dari hasil yang diperoleh maka dapat diketahui Posisi usaha strategis terletak pada sel yang terbentuk oleh nilai medium pada sumbu horizontal dan medium pada sumbu vertikal. Posisi ini terletak pada sel “selektif”.Unit perusahaan tersebut memiliki peluang untuk berkembang, khususnya jika di lihat dari kemungkinan peningkatan keunggulan (kekuatan) yang dimiliki.

Strategi pengembangan produk yang harus di lakukan oleh perusahaan adalah sebagaiberikut :

- Pengembangan produk kaos dengan memperbanyak design yang unik dan khas
- Pengembangan produk kaos dengan harga yang bervariasi.
- Pengembangan produk dengan menambahkan asesoris-asesoris yang menarik di gerai-gerai Dagadu.

Untuk mempercepat pertumbuhan dan perkembangan perusahaan hal- hal yang harus dilakukan adalah sebagaiberikut :

1. Peningkatan kualitas SDM (bagian ide kreatif dan desainer) harus terus dipacu untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat. Langkah ini bias diwujudkan dengan memberikan pembinaan melalui pelatihan dan pengembangan yang berkesinambungan.

2. Melakukan pengembangan produk sesuai dengan masukan yang telah diberikan pada pihak perusahaan.
3. Mengevaluasi kembali kebijakan harga produk, sehingga di dapat harga produk yang lebih mampu untuk bersaing dengan harga pesaing.

## 5.2 Saran

Berikut ini akan dikemukakan beberapa saran yang semoga dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan perusahaan dalam menentukan kebijakan, demi perkembangan perusahaan. Adapun untuk saran yang diberikan adalah sebagai berikut :

1. PT. Aseli Dagadu Djogja harus tetap mempertahankan kualitas manajemen perusahaan yang sudah baik, sehingga dapat meningkatkan jaringan pasar dengan memanfaatkan peluang yang ada.
2. Perusahaan harus melakukan pengembangan produknya sesuai masukan yang telah diberikan.
3. Perusahaan harus segera menerapkan strategi yang lebih efisien, sehingga perusahaan lebih mampu menghadapi persaingan yang ketat sehingga perusahaan akan mengalami perkembangan dan kemajuan yang lebih pesat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Benedictus, Karno, 2000, *Manajemen Strategis*. Semarang : UKS
- Husein, Umar, 1997, *Metodologi Penelitian : Aplikasi dalam Pemasaran* . Jakarta : Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Jauch, Lawrence. R dan Glueck, William. F, 1998, *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*, Edisi Ketiga. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler Philip, , 1995, *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Edisi Indonesia. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Mardalis, Ahmad, 2001, *Manajemen Strategi : Menentukan Strategi dengan Analisis Matrik*. Surakarta : FE UMS.
- Puffer, S. and McCarthy, M. (1996), "A framework for leadership in TQM context", *Journal of Quality Management*.
- Rangkuti, freedy 1997, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta : Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Suwarsono, 1996, *Manajemen Strategik : Konsep dan Kasus*, Yogyakarta : Edisi Revisi, UPP AMP YKPN.
- Weihrich, H. (1982), "The TOWS matrix: a tool for situational analysis", *Journal of Long Range Planning*, Vol. 15 No. 2.
- Raynor, M.S. (1992), "Quality as a strategic weapon", *Journal of Business Strategy*, Vol. 13 No. 5, pp. 5-9.
- Afrillita, Nur, (2013), "Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran sepeda motor pada PT. Samekarindo Indah di Samarinda", *Jurnal administrasi bisnis*.
- Padli, (2011), "Penentuan strategi pemasaran melalui analisis posisi perusahaan", *Jurnal ilmu ekonomi Advantage*, volume 2, nomer2.

Styowati, Nuning (2010), “Analisis potensi dan strategi pengembangan jamu instan di kabupaten Karanganyar”, Badan pusat statistika karanganyar.

A.M. Ahmed, M. Zairi, K.S. Almarri, (2006), "SWOT analysis for Air China performance and its experience with quality", *Benchmarking: An International Journal*, Vol. 13 Iss: 1 pp. 160 – 173.

Freddy Rangkuti, Riset Pemasaran, Penerbit, PT Gramedi Pustaka Utama, 1999.

Fandy Ciptono, Gregorius Chandra dan Dadi Adrianan, Pemasaran Strategik, Penerbit Andi Yogyakarta, 2008.

Amir, M. Taufik, 2011. *Manajemen Strategik Konsep dan Aplikasi*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Assauri, Sofjan, 2002. *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*, Liberty, Yogyakarta.

Salusu, J, 2006. *Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit*, Jakarta : Penerbit Grasindo.

Swastha, Basu dan D. H. Irawan, 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, BPLM-YKPN, Yogyakarta.