

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENERAPAN ANALISIS SWOT SEBAGAI LANDASAN
PENETAPAN STRATEGI PEMASARAN
(STUDI KASUS: LPP TVRI RIAU)**

TUGAS AKHIR

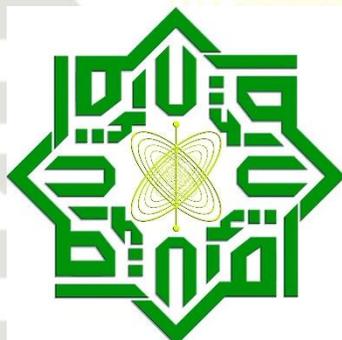
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik pada

Jurusan Teknik Industri

oleh :

MHD. DANY SIREGAR

11652100124



UIN SUSKA RIAU

FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

UIN SUSKA RIAU
2021

LEMBAR PERSETUJUAN

PENERAPAN ANALISIS SWOT SEBAGAI LANDASAN PENETAPAN STRATEGI PEMASARAN (STUDI KASUS: LPP TVRI RIAU)

TUGAS AKHIR

MHD. DANY SIREGAR

11652100124

Telah diperiksa dan disetujui sebagai laporan Tugas Akhir
di Pekanbaru, pada tanggal 29 April 2021

Pembimbing Tugas Akhir



Muhammad Rizki, MT, MBA
NIP. 198707082019031014

Pembimbing Tugas Akhir



H. Ekie Gilang Permata, ST, M.Sc
NIP. 197809172009121003

Ketua Jurusan



Fitra Lestari Norhiza, ST, M.Eng, Ph.D
NIP. 19850616 201101 1 016

RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN

PENERAPAN ANALISIS SWOT SEBAGAI LANDASAN PENETAPAN STRATEGI PEMASARAN (STUDI KASUS: LPP TVRI RIAU)

TUGAS AKHIR

oleh:

MHD. DANY SIREGAR

11652100124

Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
di Pekanbaru, pada tanggal 29 April 2021

Pekanbaru, 29 April 2021

Mengesahkan



DR. Ahmad Darmawi, M.Ag
NIP.196606041992031004

Ketua Jurusan

Fitra Lestari Norhiza, ST, M.Eng, Ph.D
NIP. 198506162011011016

DEWAN PENGUJI :

Ketua : Ahmad Masy'ari, S.HI, MA.HK
Sekretaris I : Muhammad Rizki, MT, MBA
Sekretaris II : H. Ekie Gilang Permata, ST, M.Sc
Anggota I : Muhammad Isnaini Hadiyul Umam, ST, MT
Anggota II : Harpito, ST, MT

LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas Akhir ini merupakan yang tidak diterbitkan terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum dengan ketentuan hak cipta pada penulis. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan seizin penulis dan harus disertai dengan kebiasaan ilmiah untuk menyebutkan sumbernya.

Pengadaan atau penerbitan sebagian atau keseluruhan Tugas Akhir ini harus memperoleh izin dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Besar Harapan Penulis untuk Petugas Perpustakaan dalam meminjamkan Tugas Akhir ini untuk melampirkan tanda peminjaman berupa pengisian nama dan tanggal peminjaman.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

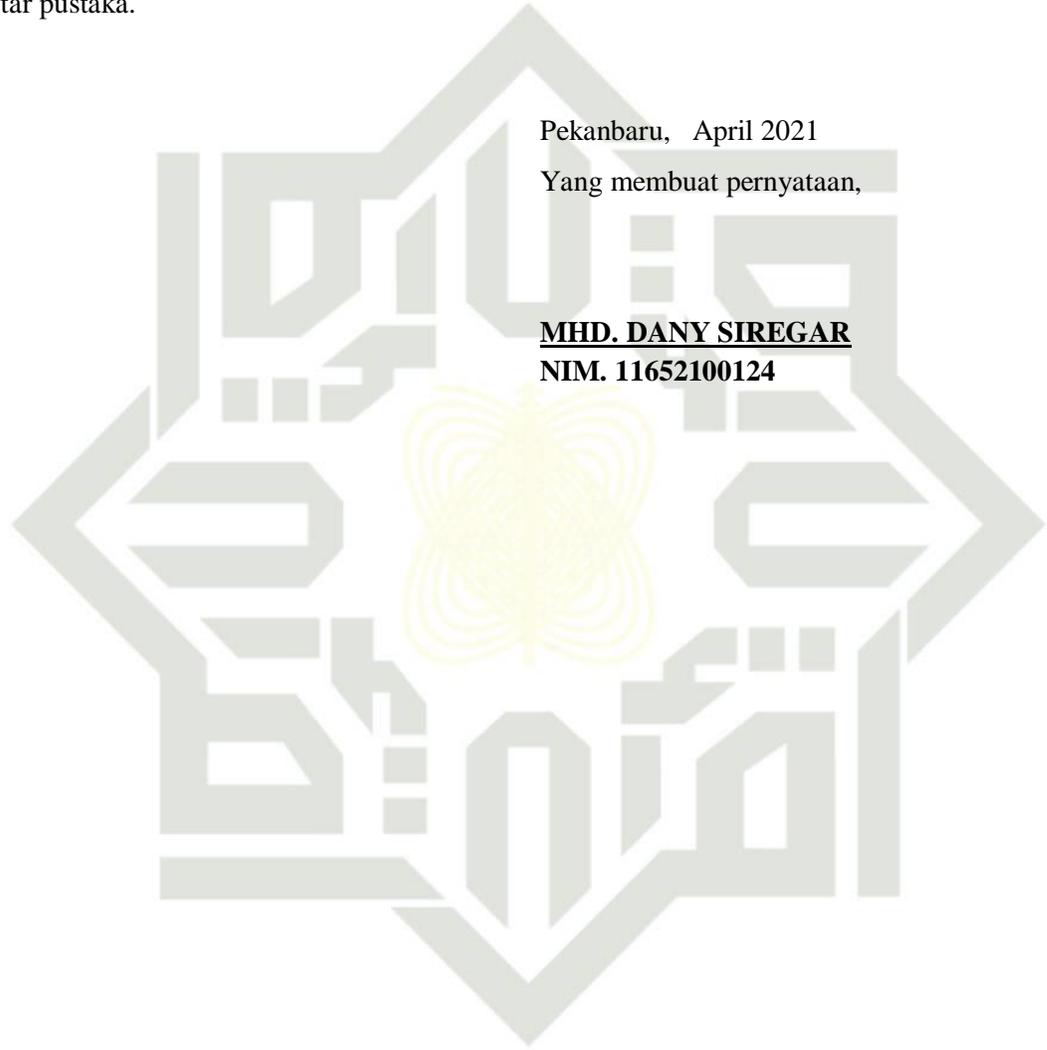
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan didalam daftar pustaka.

Pekanbaru, April 2021
Yang membuat pernyataan,

MHD. DANY SIREGAR
NIM. 11652100124



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

"Dan sebaik baiknya ibadah adalah menanti kemudahan dengan sabar, Betapa pun Hari demi hari akan terus bergulir, Tahun demi tahun akan selalu berganti, Malam demi malam pun datang silih berganti, Meski demikian yang Ghaib akan tetap tersembunyi dan Sang Bijaksana tetap pada keadaan dan segala sifat-Nya"
"Karena sesungguhnya setelah Kesulitan itu ada Kemudahan"
(Q.S. Al Insyirah: 5-6)

Segala puji dan syukur ku persembahkan atas kehadiran Dzat seru sekalian Alam, Dia-lah Raja diatas segala Raja, Dia- lah yang Maha Besar yang Besar selain-Nya adalah Kecil, Dia-lah yang Maha Hidup yang hidup selain-Nya pasti akan Mati, Dia-lah Allah Subhana Wa Ta'ala

Shalawat beriring salam penggugah jiwa dan raga, menjadi persembahan penuh kerinduan untuk junjungan Alam, Sang Penebar Kebaikan dan Kecintaan di Dunia dan Akhirat Rosulullah Muhammad Shallallahu Alaihi Wasallam

Alhamdulillah, begitu banyak nikmat yang telah Engkau berikan untuk Hamba yang lemah ini, Tiada daya dan upaya Melainkan hanya dengan Kekuatan-Mu, sehingga Skripsi sederhana ini akhirnya mampu terselesaikan dengan baik, oleh karena itu izinkan lah perjuangan ini ku persembahkan

Kedua orang tuaku : Bapakku (Mhd. Jamin Siregar) dan Umaku (Halimatus Sakdiah Harahap) dan Abangku (Mhd. Sandi Siregar) dan Adikku (Boby Perdana Siregar)

"Maka Berpegang Teguhlah dengan apa yang Aku berikan kepadamu dan hendaklah kamu termasuk orang yang bersyukur" (Q.S. Al A'raf: 144)

UIN SUSKA RIAU

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi pemasaran yang dilakukan di LPP TVRI Riau dengan menggunakan metode SWOT. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal dalam analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *probability sampling* jenis *random simple random sampling* dengan perhitungan rumus slovin dengan jumlah responden sebanyak 400 orang dari 6.394.087 populasi dari Provinsi Riau. Kuesioner disusun dengan menilai tingkat kepentingan dan menilai kondisi saat ini. Berdasarkan hasil penyusunan SWOT didapatkan 5 kekuatan, 5 kelemahan, 4 peluang, dan 5 ancaman. Selanjutnya dilakukan pembobotan, *rating*, dan skor pada tahap IFAS dan EFAS, untuk penilaian pembobotan dilakukan pada pihak perusahaan. Posisi perusahaan berada pada kuadran II berarti perusahaan memiliki kekuatan dan ancaman yang lebih dominan sehingga sebaiknya pihak perusahaan mendukung kebijakan strategi *diversifikasi*. Sehingga dapat dilakukan pemetaan matriks SWOT menghasilkan empat alternatif kebijakan strategi yaitu SO, ST, WO, WT.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, IFAS, EFAS, Matriks SWOT

ABSTRACT

This research was conducted to analyze the marketing strategy carried out by LPP TVRI Riau using the SWOT method. The purpose of this research is to determine the internal and external factors in the SWOT analysis. This research uses descriptive quantitative method. Sampling was done by using probability sampling method random simple random sampling with the calculation of the Slovin formula with a total of 400 respondents from 6,394,087 populations from Riau Province. The questionnaire was prepared by assessing the level of importance and assessing the current conditions. Based on the results of the SWOT compilation, there are 5 strengths, 5 weaknesses, 4 opportunities, and 5 threats. Furthermore, weighting, rating, and scores are carried out at the IFAS and EFAS stages, for the weighting assessment carried out on the company side. The company's position is in quadrant II, which means that the company has more dominant strengths and threats, so that the company should support the diversification strategy policy. So that the SWOT matrix mapping can be done to produce four strategic policy alternatives, namely SO, ST, WO, WT.

Keywords : Marketing Strategy, SWOT Analysis, IFAS, EFAS, SWOT Matrix

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah penulis haturkan kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah dilimpahkan-Nya, sholawat beserta salam selalu tercurah kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir tepat pada waktunya dengan judul **Penerapan Analisis SWOT Sebagai Landasan Penetapan Strategi Pemasaran (Studi kasus: LPP TVRI Riau)** sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana teknik pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada semua pihak yang telah banyak memberi petunjuk, bimbingan, motivasi serta bantuan dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mujahidin, S.Ag.,M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Drs. Ahmad Darmawi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Fitra Lestari Norhiza, ST., M.Eng selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Ibu Zarnely, S.Kom, M.Sc selaku sekretaris Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Muhammad Isnaini Hadiyul Umam, S.T.,M.T selaku Koordinator Tugas Akhir Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Muhammad Rizki, MT, MBA selaku Dosen pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat berharga bagi penulis dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Bapak H. Ekie Gilang Permata, ST.,M.Sc selaku Dosen pembimbing II telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan petunjuk yang sangat berguna saat penulis menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
8. Bapak Ahmad Masy'ari, S.HI, MA.HK selaku Ketua sidang yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan petunjuk yang sangat berguna saat penulis menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
9. Bapak Muhammad Isnaini Hadiyul Umam, ST.,MT, dan Bapak Harpito, ST.,MT., selaku dosen penguji I dan penguji II yang telah banyak membantu dan menyumbangkan ide-ide nya guna menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
10. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Teknik Industri UIN SUSKA RIAU, yang telah banyak memberikan masukan dan meluangkan waktu untuk berkonsultasi guna menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
11. Teristimewa kepada kedua orang tua penulis, Bapak Mhd. Jamin Siregar dan Ibu Halimatus Sakdiah Harahap serta seluruh keluarga besar penulis yang selama ini telah banyak berjasa memberikan dukungan moril dan motivasi bagi penulis agar tetap bersemangat untuk menyelesaikan Laporan Tugas Akhir S1 Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
12. Rekan rekan seperjuangan, Mahasiswa/i Teknik Industri Khususnya angkatan 2016, Junior, Senior, Alumni serta Keluarga Kelas D yang telah memberikan semangat kepada penulis.
13. Yang istimewa sahabat-sahabat saya. Teman seperjuangan kos-kosan, teman tongkrongan (lopo melati), teman *push rank mobile legend* semoga kita diberikan kesehatan dan kekayaan dalam memperjungkan duniawi dan akhirat.

Akhirnya kepada semua pihak yang telah disebutkan diatas, penulis hanya dapat memanjatkan do'a semoga bantuan, kebaikan, dan pengorbanan yang diberikan mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT, Aamiin.

Penulis menyadari bahwa laporan Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan dan ketidaksempurnaan, oleh sebab itu saran dan masukan yang dapat membangun, untuk menyempurnakan sangat diharapkan.

Semoga laporan ini dapat menjadi referensi bagi semua orang yang membutuhkan dan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan umumnya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pekanbaru, April 2021

Penulis,

Mhd. Dany Siregar
NIM.11652100124



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Ka

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Halaman
COVER	
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR ATAS HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1. 1 Latar Belakang	1
1. 2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Batasan Masalah	4
1.6 Posisi Penelitian	4
1.7 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pemasaran.....	7
2.2 Analisis SWOT	10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3. 1 Metodologi Penelitian	19
3. 2 Studi Pendahuluan.....	20
3. 3 Identifikasi Masalah	20
3. 4 Perumusan Masalah	20
3. 5 Tujuan Penelitian	20
3. 6 Pengumpulan Data	21
3. 7 Pengolahan Data	22
3. 8 Kesimpulan dan Saran.....	23

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4. 1 Pengumpulan Data	24
4. 2 Pengolahan Data	35

BAB V ANALISA PEMBAHASAN

5. 1 Matriks IFAS dan EFAS	44
5. 2 Kuadran SWOT	45
5. 3 Matriks SWOT.....	46

BAB VI PENUTUP

6. 1 Kesimpulan.....	49
6. 2 Saran.....	49

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar

2.1 Empat P Bauran Pemasaran.....	9
2.2 Analisis SWOT	10
2.3 Formasi Strategi.....	14
2.4 Kuadran SWOT	17
3.1 Flow Chart Metodologi Penelitian.....	19
4.1 Struktur Organisasi LPP TVRI Riau.....	29
4.2 Hasil Kuadran SWOT	41

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Ka

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Ka

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

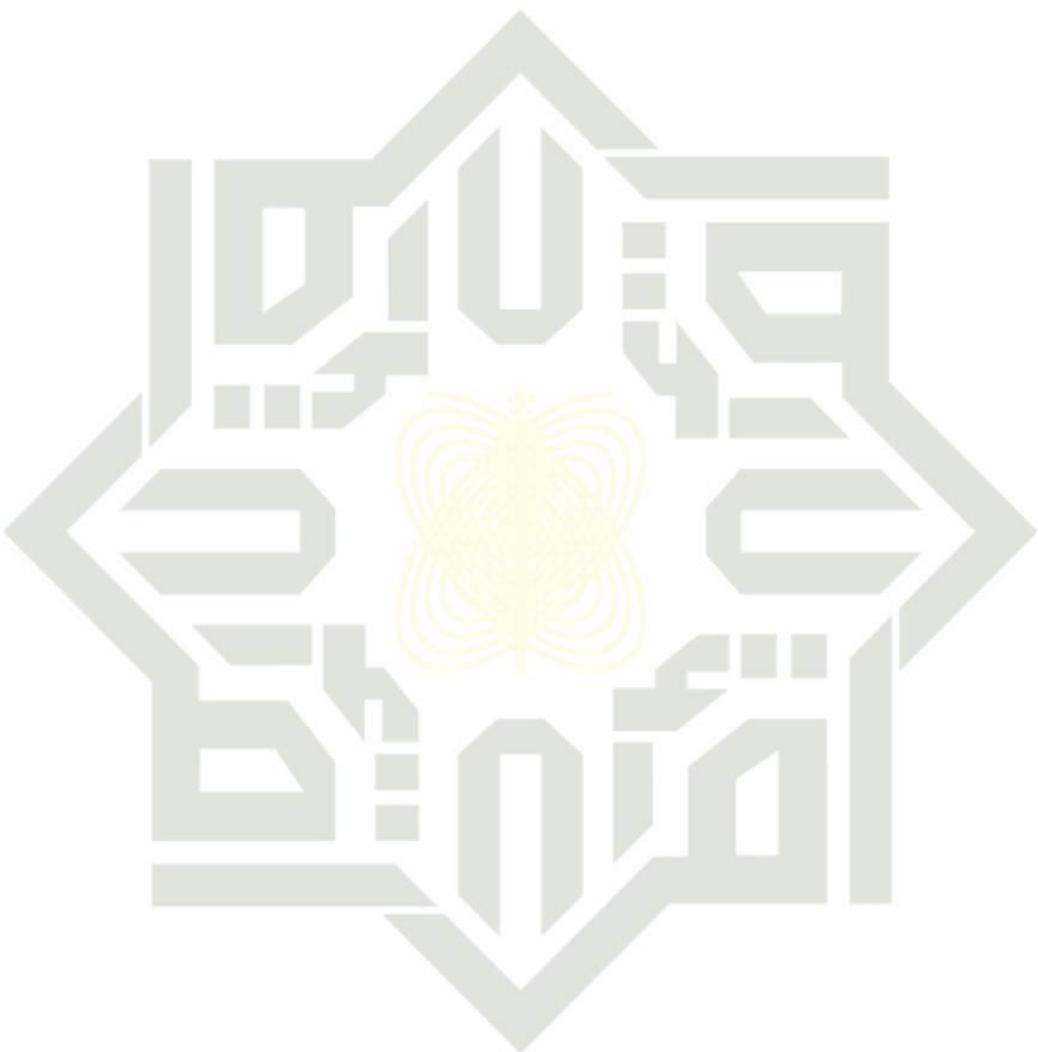
Tabel	
1.1 Indeks Indikator Kualitas Program Siaran Berita Berdasarkan Kpi	2
1.2 Posisi Penelitian	4
2.1 Contoh Matriks SWOT	13
2.2 Contoh Tabel IFAS	15
2.3 Contoh Tabel EFAS	16
4.1 Data Jangkauan Transmisi TVRI Riau.....	26
4.2 Profesi sub seksi program.....	30
4.3 Tenaga profesi sub seksi pengembangan	30
4.4 Kuesioner.....	32
4.5 Hasil Penilaian Rating.....	36
4.6 Hasil Penilaian Bobot	37
4.7 Hasil Matriks IFAS	39
4.8 Hasil Matriks EFAS	40
4.9 Hasil Matriks SWOT.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

A Kuesioner SWOT

B Biografi



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era zaman sekarang televisi merupakan salah satu media massa elektronik yang tidak terpisahkan oleh kalangan masyarakat dan dapat diterima dengan baik. Televisi juga salah satu media massa yang sangat berpengaruh terhadap masyarakat dikarenakan telah memberi banyak manfaat berupa informasi-informasi dan hiburan. Kehadiran media massa pada masyarakat sangat menunjang akan terciptanya masyarakat informasi yang cenderung membutuhkan informasi, oleh sebab itu parameter pertelevisian berlomba-lomba untuk memberikan informasi sebanyak-banyaknya kepada masyarakat.

Di Indonesia Sendiri terdapat 14 stasiun televisi swasta dan televisi milik Negara. Tiga belas stasiun televisi swasta itu antara lain : RCTI, GTV, INDOSIAR, INEWS, KOMPAS TV, METRO TV, MNC TV, NET TV, RTV, SCTV, TRANS7, TRANS TV, dan TV ONE, Satu stasiun milik pemerintah adalah TVRI (kpi.go.id, 2019). Dengan banyaknya televisi swasta yang berjumlah tiga belas, TVRI dituntut mampu bersaing dengan televisi lainnya.

TVRI (singkatan dari Televisi Republik Indonesia) adalah jaringan televisi publik berskala nasional di Indonesia. TVRI berstatus sebagai Lembaga Penyiaran Publik bersama Radio Republik Indonesia, yang ditetapkan melalui Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. TVRI merupakan jaringan televisi pertama di Indonesia, mulai mengudara pada tanggal 24 Agustus 1962. TVRI memonopoli siaran televisi di Indonesia hingga tahun 1989, ketika televisi swasta pertama didirikan.

TVRI saat ini mengudara di seluruh wilayah Indonesia dengan sistem siaran analog dan siaran digital. TVRI menjalankan 3 saluran televisi berskala nasional dengan 2 di antaranya hanya bersiaran digital dan 30 stasiun televisi daerah serta didukung 361 stasiun transmisi termasuk 120 stasiun transmisi digital di seluruh

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

provinsi Indonesia (Wikipedia, 2020). TVRI telah melalui perjalanan panjang dan mempunyai peran strategi dalam perjuangan dan perjalanan kehidupan masyarakat Indonesia sehingga banyaknya juga persaingan dengan televisi non pemerintah.

Tabel 1.1 Indeks Indikator Kualitas Program Siaran Berita Berdasarkan Kpi

ASPEK KUALITAS	LEMBAGA PENYIARAN													
	RCTI	GTV	INDOSIAR	INEWS	KOMPAS TV	METRO TV	MNC TV	NET.	RTV	SCTV	TRANS7	TRANS TV	TV ONE	TVRI
Faktualitas	3.23	3.09	3.14	3.18	3.55	3.05	3.09	3.36	3.23	3.45	3.27	3.27	3.32	3.64
Akurasi	3.09	3.09	3.30	3.22	3.61	3.09	3.00	3.26	3.17	3.43	3.35	3.17	3.35	3.57
Netralitas/Keberimbangan	3.00	2.90	3.14	3.14	3.38	2.62	3.05	3.24	3.14	3.29	3.29	3.19	3.38	3.48
Kepentingan Publik	3.10	3.03	3.19	3.18	3.51	2.92	3.26	3.19	3.18	3.35	3.59	3.27	3.20	3.48
Nilai Kemanusiaan	3.00	3.00	3.17	3.13	3.43	3.30	2.96	3.04	3.09	3.22	3.13	3.13	3.30	3.35
INDEKS RATA-RATA	3.08	3.02	3.19	3.17	3.50	2.99	3.07	3.22	3.16	3.35	3.33	3.21	3.31	3.50

(Sumber: Kpi.go.id, 2019)

Pada data diatas diketahui bahwa TVRI harus melakukan suatu strategi untuk bersaing dengan kompetitor-kompetitor yang berpotensi tinggi bersaing dengan TVRI itu sendiri dan TVRI harus dituntut untuk dapat menciptakan keunggulan bersaing. Secara garis besar semua organisasi harus dapat menerapkan suatu strategi yang tepat agar persaingan organisasi dapat berhasil dengan baik, sehingga organisasi dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan dengan bantuan strategi analisis *Stenght, Weaknesses, Opportunities, and Threats* (SWOT) yang dilakukan secara internal dan eksternal organisasi tersebut.

Analisis SWOT merupakan alat formulasi strategi yang menganalisis dan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths), peluang (opportunity), namun secara bersamaan meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats) (Wicaksono Arie, 2018). Pada persaingan pasar sangat diperlukan strategi keputusan untuk menemukan peluang dan ancaman pada TVRI, sehingga TVRI dapat bertahan dari kompetitor lainnya.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan pada LPP TVRI Riau, TVRI belum mempunyai standar atau ketetapan dalam mencari peluang dan ancaman pada TVRI yang berdasarkan faktor internal dan eksternal, sehingga peneliti memutuskan untuk melakukan strategi keputusan pada TVRI cabang Riau dengan menggunakan analisis SWOT dan sekaligus mencari kecocokan apakah analisis SWOT bisa diterapkan pada TVRI khususnya di program siaran berita.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dapat disimpulkan dari latar belakang yang ada adalah “Bagaimana mengetahui *Strengths*/kekuatan, *Weaknesses*/kelemahan, *Opportunities*/peluang, dan *Threats*/ancaman (SWOT) pada Strategi Pemasaran LPP TVRI?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi dasar tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui analisis lingkungan internal dan eksternal LPP TVRI.
2. Untuk menentukan kebijakan perusahaan dalam sistem kerja yang didasarkan pada analisis SWOT.
3. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang sesuai pada LPP TVRI berdasarkan analisis SWOT.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Civitas Akademika
Mampu menerapkan ilmu yang diperoleh pada saat perkuliahan ke dunia nyata dalam menyelesaikan masalah, sebagai bahan peningkatan kemampuan dalam menganalisis masalah dan mampu menjadi referensi serta memberikan sumbangan konseptual bagi peneliti maupun civitas akademika lainnya dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan untuk perkembangan dan kemajuan dunia pendidikan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Bagi Pemangku Kepentingan

Hasil penelitian ini dapat menjadi Pertimbangan informasi yang berguna dan menjadi bahan masukan atau saran bagi perusahaan. Manfaat lainnya sebagai dasar objektif pengambilan keputusan dalam merencanakan serta mengembangkan strategi dalam persaingan di dunia pemasaran.

1.5 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ruang lingkup penelitian ini hanya pada analisis SWOT penetapan strategi pemasaran.
2. Penelitian dilakukan pada lingkungan internal dan eksternal LPP TVRI Riau.
3. Program Siaran Berita.

1.6 Posisi Penelitian

Posisi penelitian dilakukan untuk melihat kesamaan dari penelitian sebelumnya maka dilakukan perbandingan dari jurnal yang telah diterbitkan.

Adapun posisi penelitian dapat dilihat sebagai berikut:

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Tahun
1.	Lilik Jatmiko Prasetyo	Perencanaan Penerapan Teknologi Informasi pada RBTv Yogyakarta dalam Menghadapi Era Penyiaran Digital	Analisis SWOT	2016
2.	Setiana Dwi Mutia	Strategi Prodser Dalam Mempertahankan Program Seputar INEWS Siang di RCTI	Analisis SWOT	2018
3.	Irvan Rosya	Perencanaan Strategi Penerapan Penyiaran Televisi Digital	Analisis SWOT	2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.	Lari Astuti	Analisis Strategi pemasaran pada PT Indonesia Media Televisi (BIG TV) Kantor Cabang Jakarta Selatan	Analisis SWOT	2019
5.	Islamuddin	Perencanaan Strategi Dalam Menghadapi Persaingan Industri Media Televisi Lokal (Studi Pada RBTB Bengkulu)	Analisis SWOT	2020
6.	Ade Nasihuddin Al Ansori	Daya Tahan Parahyangan TV Sumedang Sebagai TV Lokal Di Tengah Perkembangan Digital	Analisis SWOT	2020
7.	Mhd Dany Siregar	Penerapan Analisis SWOT Sebagai Landasan Penetapan Strategi Pemasaran (Studi Kasus: LPP TVRI Riau)	Analisis SWOT	2020

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam laporan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan latar belakang suatu permasalahan serta tujuan, manfaat dan batasan pada penelitian yang dilakukan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menerangkan teori-teori yang menunjang atau dasar yang digunakan dan relevan dengan penelitian yang dilakukan. Adapun teori-teori yang dapat membantu secara teoritis dari pendekatan manajemen pemasaran dan analisis SWOT.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Menjelaskan secara skematis langkah-langkah yang digunakan dalam proses penelitian, pengumpulan dan penelitian serta pengolahan dan analisa data.

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini menjelaskan secara sistematis langkah-langkah semua yang digunakan dalam proses pengumpulan data-data dan teknis pengolahan data untuk menyesuaikan permasalahan.

BAB V

ANALISA

Menguraikan secara sistematis langkah-langkah penyelesaian persoalan berdasarkan hasil pengamatan dan pengolahan data.

BAB VI

PENUTUP

Menguraikan tentang kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian dan pembahasan serta mencoba memberikan saran-saran sebagai langkah yang dapat diambil.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pemasaran

2.1.1 Pengertian Pemasaran

Kotler, Philip (dalam Huda, Anam Miftakhul 2018: 154) menjelaskan bahwa pemasaran adalah kegiatan masyarakat yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Basu Swastha dan T. Hani Handoko (dalam Huda, Anam Miftakhul 2018: 154) Pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar.

Pemasaran secara Umum adalah suatu sistem kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, dan mendistribusikan barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai target pasar dan sesuai dengan tujuan bisnis perusahaan. Marketing juga berarti memenuhi kebutuhan konsumen dan mencapai tujuan sebuah perusahaan agar mendapatkan laba dan profit demi kelangsungan berjalannya suatu perusahaan (Huda, Anam Miftakhul, 2018: 155).

2.1.2 Konsep Pemasaran

Basu Swastha dan T. Hani Handoko (dalam Huda, Miftakhul Anam, 2018: 158) Perusahaan yang sudah mulai mengenai bahwa pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai sukses usahanya, akan mengetahui adanya cara dan falsafah baru yang terlibat di dalamnya. Cara atau falsafah baru itu disebut konsep pemasaran (*marketing concept*). Konsep pemasaran Bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan. Dan kebutuhan konsumen, atau berorientasi kepada konsumen. Konsep pemasaran mengajarkan bahwa kegiatan pemasaran suatu perusahaan harus dimulai

dengan usaha mengenai dan merumuskan keinginan dan kebutuhan dari konsumen. Kemudian perusahaan itu harus merumuskan dan menyusun suatu kombinasi dari kebijaksanaan produk, harga, promosi, dan distribusi setepat-tepatnya agar kebutuhan konsumen dapat terpenuhi secara memuaskan. Jadi secara definitif dapat dikatakan bahwa, konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan.

2.1.3 Strategi Pemasaran

Menurut Kotler (2008: 58), strategi pemasaran adalah logika pemasaran di mana perusahaan berharap untuk menciptakan nilai pelanggan mana yang akan melayaninya (segmentasi dan penetapan target) dan bagaimana cara perusahaan melayaninya (diferensiasi dan *positioning*). Perusahaan mengenali keseluruhan pasar, lalu membaginya menjadi segmen-segmen yang lebih kecil, memilih segmen yang paling menjanjikan, dan memusatkan perhatian pada pelayanan dan pemuasan pelanggan dalam segmen ini.

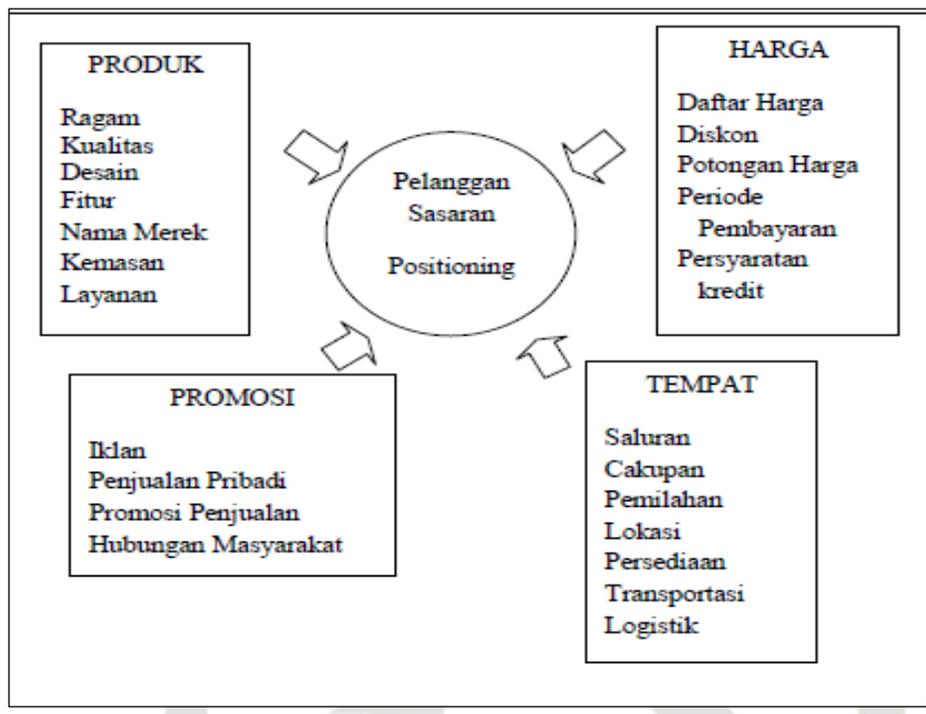
2.1.4 Bauran Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstron (2008: 62), Bauran Pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari semua hal yang dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya, berbagai kemungkinan ini dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok variabel yang disebut “empat P”: *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), dan *Promotion* (Promosi). Maka, disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan satu perangkat yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi, yang didalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



(Gambar: 2.1 Empat P Bauran Pemasaran)
(Sumber: Kotler, 2008)

2.1.5 Analisis dan Penentuan Strategi Pemasaran

Perencanaan program pada dasarnya bertujuan memproduksi atau membeli program yang akan ditawarkan kepada pasar audien. Dengan demikian, audien adalah pasar karenanya setiap media penyiaran yang ingin berhasil harus terlebih dahulu memiliki suatu rencana pemasaran strategis yang berfungsi sebagai panduan dalam menggunakan sumber daya yang dimiliki. Strategi pemasaran ditentukan berdasarkan analisis situasi. Analisis situasi ini terdiri atas: analisis peluang dan analisis kompetitif.

Analisis peluang: analisis yang cermat teradap pasar audien akan memberikan peluang bagi setiap penayangan program untuk diterima para penonton dan pendengar.

Analisis kompetitif: dalam mempersiapkan strategi dan rencana program, pengelola program harus melakukan analisis secara cermat terhadap persaingan

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

stasiun penyiaran dan persaingan program yang ada pada suatu segmen pasar audien.

Untuk dapat mencapai target tersebut dibutuhkan strategi yang sesuai dengan melakukan metode yang cukup sederhana yaitu menganalisis faktor-faktor apa saja yang ada pada internal serta eksternal atau analisis menyeluruh dari situasi perusahaan yaitu dengan menggunakan Analisis SWOT.

2.2 Analisis SWOT

2.2.1 Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan alat formulasi strategi yang menganalisis dan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths), peluang (opportunity), namun secara bersamaan meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats). (Wicaksono Arie, 2018)

Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut.

INTERNAL	Kekuatan Kemampuan internal yang dapat membantu perusahaan mencapai tujuannya	Kelemahan Batasan internal yang mempengaruhi kemampuan perusahaan mencapai tujuannya
	EXTERNAL	Peluang Faktor eksternal yang mungkin dapat dieksploitasi perusahaan untuk kepentingannya
	POSITIF	NEGATIF

(Gambar 2.2 Analisis SWOT)
(Sumber: Rangkuti, 2018)

Analisa SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya, kemudian menerapkannya dalam gambar matrik SWOT, dimana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, selanjutnya bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada, dan terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

Analisis Internal meliputi 1) Analisis Kekuatan (*Strenght*) Strenght atau kekuatan adalah situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan dari perusahaan. Strenght merupakan faktor internal yang mendukung perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktor pendukung dapat berupa teknologi, sumber daya, keahlian, kekuatan pemasaran, dan basis pelanggan yang dimiliki atau kelebihan lain yang mungkin diperoleh berkat sumber keuangan, citra, keunggulan dipasar, serta hubungan baik antara buyer dengan supplier. 2) Analisis Kelemahan (*Weaknesses*) Weaknesses atau kelemahan adalah kegiatan-kegiatan yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan tetapi tidak dimiliki oleh perusahaan. Kelemahan itu terkadang lebih mudah dilihat dari pada sebuah kekuatan, namun ada beberapa hal yang menjadikan kelemahan itu tidak diberikan solusi yang tepat dikarenakan tidak dimaksimalkan kekuatan yang sudah ada. Weaknesses merupakan faktor internal yang menghambat perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktor penghambat dapat berupa fasilitas yang tidak lengkap, kurangnya sumber keuangan, kemampuan mengelola, keahlian pemasaran, dan citra perusahaan.

Analisis Eksternal 1) Analisis Peluang (*Oppurtunity*) Oppurtunity atau peluang adalah faktor positif yang muncul dari lingkungan dan memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk memanfaatkannya. Oppurtunity merupakan faktor eksternal yang mendukung perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktor eksternal yang mendukung dalam pencapaian tujuan dapat berupa perubahan kebijakan,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perubahan teknologi, perkembangan ekonomi dan perkembangan hubungan supplier dan buyer. 2) Analisis Ancaman (*Threat*) Threat atau ancaman adalah faktor negatif dari lingkungan yang memberikan hambatan bagi berkembangnya atau berjalannya sebuah perusahaan. Ancaman ini adalah hal yang terkadang selalu terlewatkan dikarenakan banyak yang ingin mencoba untuk kontroversi atau melawan arus. Namun, pada kenyataannya perusahaan tersebut lebih banyak layu sebelum berkembang. Threat merupakan faktor eksternal yang menghambat perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktor eksternal yang menghambat perusahaan dapat berupa masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lambat, meningkatnya bargaining power dari pada supplier dan buyer utama, perubahan teknologi serta kebijakan baru. (Cahyono, Pugu, 2016)

Analisis SWOT digunakan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Dengan melihat kekuatan yang dimiliki serta mengembangkan kekuatan tersebut dapat dipastikan bahwa perusahaan akan lebih maju dibanding pesaing yang ada. Demikian juga dengan kelemahan yang dimiliki harus diperbaiki agar perusahaan bisa tetap eksis. Peluang yang ada harus dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh perusahaan agar volume penjualan dapat meningkat. Dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan mengemukakan bahwa analisis SWOT adalah evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman disebut analisis SWOT. (Cahyono, Pugu, 2016)

2.2.2 Matrik SWOT

Matriks SWOT ini merupakan alat formulasi pengambilan keputusan untuk menentukan strategi yang ditempuh berdasarkan logika untuk memaksi-malkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman perusahaan. Tahapan dalam menyusun matriks SWOT adalah sebagai berikut (Setyorini, Hani, 2016) :

1. Menyusun daftar peluang dan dan ancaman eksternal perusahaan serta perusahaan serta kekuatan dan kelemahan internal perusahaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Menyusun strategi SO (*Strength-Opportunity*) dengan cara mencocokkan kekuatan-kekuatan internal dan peluang-peluang eksternal.
3. Menyusun strategi WO (*Weakness -Opportunity*) dengan cara mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dan peluang-peluang eksternal.
4. Menyusun strategi ST (*Strength-Threat*) dengan cara mencocokkan kekuatan-kekuatan internal dan ancaman-ancaman eksternal.
5. Menyusun strategi WT (*Weakness-Threat*) dengan cara mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dan ancaman-ancaman eksternal.

Tabel 2.1 Contoh Matrik SWOT

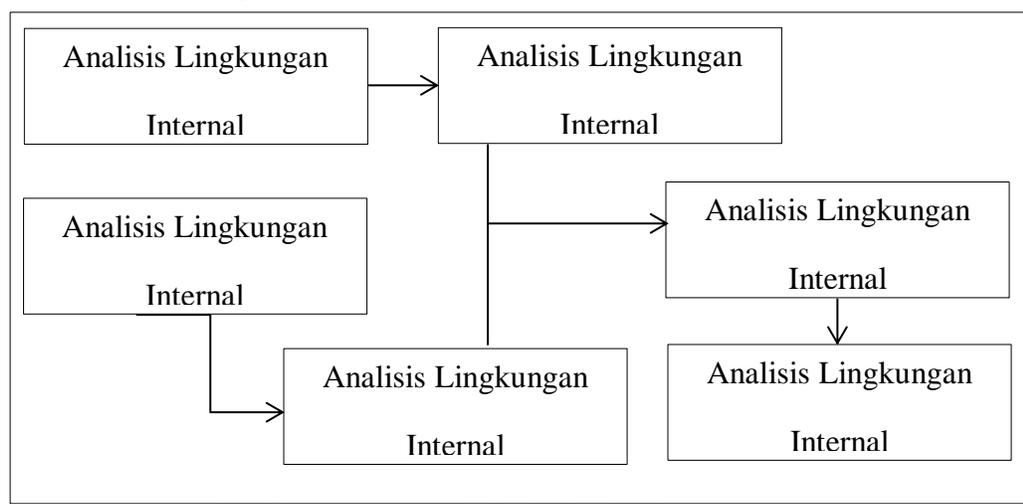
EFI / EFE	STRENGTH (S) (Tentukan 4-10 faktor kekuatan internal)	WEAKNESSES (Tentukan 4-10 faktor kelemahan internal)
OPPORTUNITIES (O) (Tentukan 4-10 faktor peluang eksternal)	Strategi SO Daftar kekuatan untuk meraih keuntungan dari peluang yang ada	Strategi WO Daftar untuk memperkecil kelemahan dengan memanfaatkan keuntungan dari peluang yang ada
THREATS (T) (Tentukan 4-10 faktor ancaman eksternal)	Strategi ST Daftar kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi WT Daftar untuk memperkecil kelemahan dan menghindari ancaman

(Sumber: Rangkuti, 2018)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2.3 Formulasi Strategi



(Gambar 2.3 Formulasi Strategi)
(Sumber: Rangkuti, 2018)

2.2.3.1 Analisis IFAS

Setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu tabel IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka Strength and Weakness perusahaan. Menurut Rangkuti (25:2018) Tahapnya adalah:

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1
- b. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variable yang masuk kategori kekuatan diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variable yang bersifat negative, kebalikannya.

- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*Outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- e. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4, untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama. Contoh format tabel untuk matrik IFAS adalah sebagai berikut:

Tabel 2.2 Contoh Tabel IFAS

Faktor- Strategi Internal	Faktor	BOBOT	RATING	BOBOT × RATING
Peluang:	-			
Ancaman:	-			
TOTAL				

(Sumber: Rangkuti, 2018)

2.2.3.2 Analisis EFAS

Sebelum membuat matriks factor strategi eksternal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu Faktor Strategi Eskternal (EFAS). Berikut ini adalah cara-cara penentuan Faktor Strategi Eksternal menurut Rangkuti (27:2018):

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang serta ancaman perusahaan dalam kolom 1

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00)
- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil diberi rating +1) pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya.
- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*Outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- e. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4, untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama. Berikut format tabel EFAS:

Tabel 2.3 Contoh Tabel EFAS

Faktor- External	Faktor Strategi	BOBOT	RATING	BOBOT × RATING
Peluang:				
-				
Ancaman:				
-				
TOTAL				

(Sumber: Rangkuti, 2018)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada dasarnya alternative strategi yang diambil harus diarahkan pada usaha-usaha untuk menggunakan kekuatan dan memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang-peluang bisnis serta mengantisipasi ancaman. Sehingga dari matriks SWOT tersebut akan diperoleh empat kelompok alternative strategi yang disebut dengan strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT.

Adapun keterangan dari kuadran tersebut adalah sebagai berikut (Komala, Risma Dewi, 2019) :



(Gambar: 2.4 Kuadran SWOT)
(Sumber: Komala, Risma Dewi, 2019)

- a. Kuadran 1 : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.
- b. Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).
- c. Kuadran 3 : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi

perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

- d. Kuadran 4 : Ini merupakan situasi yang tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

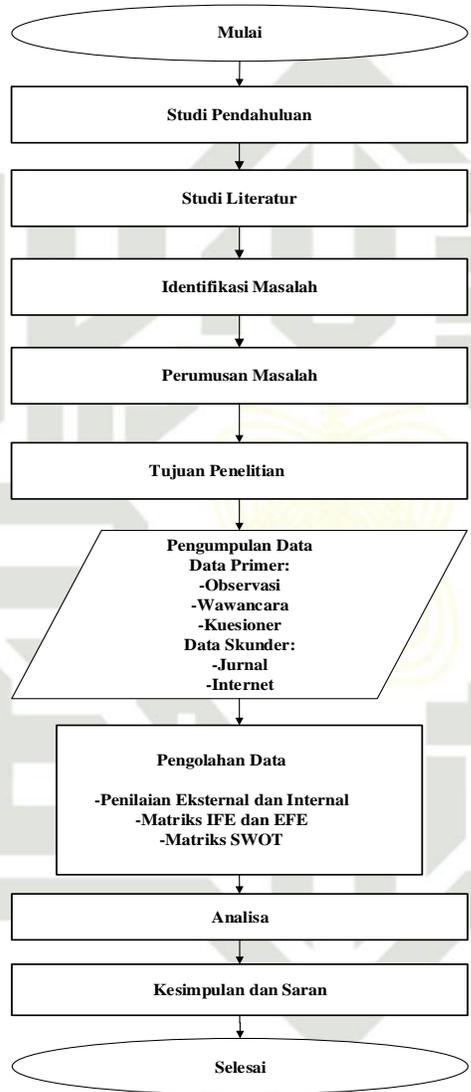


- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian mengurangi seluruh kegiatan yang terjadi selama penelitian berlangsung mulai dari awal proses hingga akhir proses penelitian.



Gambar 3.1 Flow Chart Metodologi Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.2 Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan dilakukan terlebih dahulu sebelum melaksanakan penelitian. Ada beberapa tahapan pendahuluan yang dilakukan yaitu observasi dan wawancara. Observasi dan wawancara dilakukan pada tempat dan pekerja di lokasi pelaksanaan penelitian yaitu pada LPP TVRI Riau. Hal ini dilaksanakan guna mendapatkan informasi serta perumusan masalah yang terjadi dengan baik dan benar.

3.3 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dilakukan guna mengetahui masalah-masalah yang diteliti, sehingga masalah tersebut nantinya dapat dirumuskan dengan lebih jelas. Berdasarkan studi pendahuluan, maka identifikasi masalah yang didapatkan yaitu dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki agar mengetahui, memahami, serta menerapkan suatu strategi yang baik. Setelah permasalahan didapat maka langkah selanjutnya adalah merumuskan suatu permasalahan.

3.4 Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang baik adalah rumusan permasalahan yang kompleks. Tujuan dari perumusan masalah adalah untuk memperjelas tentang masalah yang akan diteliti dan dibahas di penelitian ini. Pada kali ini peneliti merumuskan masalah sebagai berikut yaitu bagaimana mengetahui *Strengths/kekuatan*, *Weaknesses/kelemahan*, *Opportunities/peluang*, dan *Threats/ancaman* (SWOT) Sebagai Landasan Penetapan Strategi Pemasaran pada LPP TVRI.

3.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dirancang peneliti adalah untuk mengetahui analisis lingkungan eksternal dan internal, untuk menentukan kebijakan perusahaan dalam system kerja yang didasarkan analisis SWOT, dan untuk mengetahui strategi pemasaran yang sesuai pada LPP TVRI. Sehingga memberikan manfaat kepada pihak perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.6 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilaksanakan sebagai acuan dalam pelaksanaan penelitian. Pengumpulan data berupa data primer dan data skunder serta mengulas teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti.

3.6.1 Sumber Data

Sumber data yang diperlukan pada penelitian ini terdiri dari atas data primer dan skunder yang akan dijabarkan sebagai berikut

1.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang langsung diperoleh dari sumber utama dengan cara obsevasi di LPP TVRI Riau dan wawancara kepada pihak perusahaan. Selain observasi dan wawancara, peneliti juga melakukan penyebaran kuesioner untuk mrndapatkan penilaian eksternal dan internal.

1.2 Data Skunder

Data skunder merupakan data yang secara tidak langsung memberikan informasi kepada pengumpul data seperti dokumen. Pada penelitian ini data skunder berupa data factor emisi yang didapatkan dari jurnal dan data dari internet yang relevan seperti wikipedia dan situs resmi Komisi Penyiaran Indonesia (KPI).

3.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang peneliti lakukan terdiridari 3 teknik yaitu:

1. Observasi

Observasi merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Dalam penelitian kali ini, peneliti sebagai observasi nonpartisipasi artinya peneliti hanya melakukan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung tanpa ikut mengerjakan kegiatan di LPP TVRI.

2. Wawancara

Penelitian ini menggunakan wawancara bebas terimpin artinya wawancara bersifat terbuka namun berdasarkan arahan dari peneliti. Wawancara dilakukan kepada pihak persahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Kuesioner

Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan untuk mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang. Pada penelitian ini peneliti melakukan penyebaran kuesioner untuk mengetahui nilai eksternal dan internal dengan menggunakan jenis *sample random sample* berjumlah 400 responden .

3.7 Pengolahan Data

Setelah data diperoleh, maka langkah selanjutnya adalah melaksanakan pengolahan data. Berikut ini adalah tahapan pengolahan data untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) pada LPP TVRI.

3.7.1 Penilaian Internal dan Eksternal SWOT

Pengolahan data pertama kali dilakukan adalah rekapitulasi data dari kuesioner untuk mendapatkan nilai bobot dan rating pada data internal dan eksternal LPP TVRI.

3.7.2 Matriks IFAS dan EFAS

Setelah mendapatkan nilai internal dan eksternal dari kuesioner tersebut langkah selanjutnya ialah Matriks IFAS dan EFAS. Matriks IFAS digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari faktor-faktor internal yang terdapat pada perusahaan yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang dihitung berdasarkan rating dan bobot. Matriks EFAS digunakan untuk mengetahui faktor-faktor eksternal perusahaan yang terdiri dari peluang dan ancaman yang dihitung berdasarkan bobot.

3.7.3 Matriks SWOT

Selanjutnya melakukan tahapan pencocokan untuk merumuskan strategi berdasarkan hasil analisis dan identifikasi akan kondisi lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang telah terkumpul berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang diperoleh melalui audit internal dan eksternal.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.7.4 Analisa Hasil

Analisa hasil didapatkan berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan. Setelah mendapatkan hasil dari pengolahan data tersebut maka peneliti dapat menganalisa lebih mendalam dari hasil pengolahan data tersebut. Analisa tersebut akan mengarah pada tujuan penelitian dan akan menjawab pertanyaan pada rumusan masalah.

3.8 Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan dari hasil analisa yang telah dilakukan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yang bertujuan untuk menjawab dari tujuan penelitian yang telah dilakukan. Setelah mendapatkan kesimpulan maka dilanjutkan berupa saran yang ditujukan kepada pihak perusahaan.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berikut ini adalah kesimpulan yang didapatkan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

1. Berdasarkan diagram bobot dan *rating* setiap unsur matriks SWOT dapat diketahui bahwa perusahaan atau instansi LPP TVRI Riau pada saat ini berada pada kuadran II. LPP TVRI Riau memiliki koordinat internal : (skor total kekuatan – skor total kelemahan) : $2,997 - 1,98 = 1,017$. Pada Koordinat Eksternal : (skor total opportunities – total skor threats) : $2,91 - 2,94 = - 0,03$. Jadi titik koordinat berada pada (1,017 ; - 0,03) sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan pada posisi ini adalah dengan mendukung kebijakan strategi *diversifikasi* dimana strategi umum yang dapat dilakukan oleh perusahaan menggunakan kekuatan dan ancaman perusahaan untuk mengambil setiap keunggulan yang ada.
2. Pada hasil pengolahan data yang dilakukan pada matriks IFAS dan EFAS, TVRI Riau berada pada posisi Kuadran II (+,-) dalam artian strategi yang harus ditetapkan pada pihak perusahaan adalah dengan strategi *diversifikasi* strategi dengan mencari peluang yang baru untuk meningkatkan potensi pada kualitas dari perusahaan tersebut.

6.2 Saran

Berikut ini adalah saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan
 - a. Sebaiknya pihak perusahaan lebih peka terhadap faktor internal dan eksternal yang terjadi pada lingkungan perusahaan.

- b. Perusahaan harus lebih waspada terhadap perkembangan zaman yang begitu cepat terjadi dan selalu mengambil peluang untuk meningkatkan kualitas perusahaan.
2. Bagi peneliti
Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk mengembangkan penelitian lainnya terutama dibidang analisis SWOT.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

Cahyono, Pugu. 2016. Implementasi Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode SWOT dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa Asuransi Kecelakaan dan Kematian Pada PT. Prudential Cabang Lamongan. 1(2), 129-138.

Hasibuan, Siska. 2019. *Implementasi Qualitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Dalam Merencanakan Strategi Pemasaran Pada Usaha Minuman Happy Bubble Drink Di Kota Binjai*. Jurnal Bisnis Administrasi. 8(1), 26-36

https://id.wikipedia.org/wiki/Televisi_Republik_Indonesia#:~:text=TVRI%20berstatus%20sebagai%20Lembaga%20Penyiaran,32%20Tahun%202002%20tentang%20Penyiaran.&text=TVRI%20saat%20ini%20mengudara%20di,siaran%20analog%20dan%20siaran%20digital, diakses 05 November 2020.

<http://www.kpi.go.id/index.php/id/>, diakses 05 November 2020.

Huda, Anam Miftakhul ,dkk. 2018. *Pengantar Manajemen Strategik*. Denpasar: Jayapangus Press

Komala, Risma Dwi. 2019. Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Studi Kasus Pada *Eduplex Coworking Space Bandung*. e-Proceeding of Management. 6(1), 920-924.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2006. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta:Erlangga

Rangkuti, Freddy. 2018. *ANALISIS WOT: Teknik Membedah kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Setyorini, Hani. 2016. Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri. 5(1), 46-53.

Wicaksono, Arie. 2018. Strategi Pemasaran dengan menggunakan Analisis SWOT Tanpa Skala Industri Pada PT. X Di Jakarta. Jurnal Manajemen Industri dan Logistik.1(2), 193-200.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Ka

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Mhd Dany Siregar , lahir di Pasar Matanggor, 23 Mei 1998 sebagai anak kedua dari Bapak (Purn) Mhd. Jamin Siregar dan Halimatus Sakdiah Hrp yang beralamat di Pasar Matanggor, Kec. Batang Onang, Kab. Padang Lawas Utara, Sumatera Utara.



Hp: 0821-6811-1536

Email : mhddanny@gmail.com

Pengalaman pendidikan yang dilalui dimulai pada SD Negeri 100040 Pasar Matanggor tahun 2004-2010 dan dilanjutkan di MTs.S Darul Mrsyid di Tapanuli Selatan tahun 2010-2013. Setamat MTs.S Darul Mursyid pendidikan dilanjutkan di MAN 2 Model Padangsidempuan tahun 2013-2016. Kemudian kuliah di Jurusan Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Penelitian tugas akhir berjudul ”Penerapan Analisis SWOT Sebagai Landasan Penetapan Strategi Pemasaran (Studi Kasus: LPP TVRI Riau)”.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu r
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.