

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK
KERIPIK SINGKONG MENGGUNAKAN METODE
SWOT (STUDI KASUS DI UMKM ARI JAYA)**

SKRIPSI

Disusun oleh :

DIDI AZHARI

201310215121



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk
Keripik Singkong Menggunakan Metode
SWOT (Studi Kasus di UMKM. Ari Jaya)

Nama Mahasiswa : DIDI AZHARI

Nomor Pokok Mahasiswa : 201310215121

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Januari 2018

Bekasi, 09 Januari 2018

MENYETUJUI,

Pembimbing I



Helena Sitorus, S.T., M.T.

NIDN 0330117308

Pembimbing II



Andi Turseno, S.T., M.T.

NIDN 0321057606

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Keripik Singkong Menggunakan Metode SWOT (Studi Kasus di UMKM. Ari Jaya)
Nama Mahasiswa : DIDI AZHARI
Nomor Pokok Mahasiswa : 201310215121
Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Januari 2018

Bekasi, 15 Januari 2018

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Helena Sitorus, S.T., M.T.

NIDN 0330117308

Penguji I : Ir. Achmad Muhazir, M.T.

NIDN 0316037002

Penguji II : Yuri Delano Regent M, S.T., M.T.

NIDN 0309098501

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Teknik Industri



Denny Siregar, S.T., M.Sc.

NIDN 0322087201

Dekan
Fakultas Teknik



Ismaniah, S.Si., M.M.

NIDN 0309036503



UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

FAKULTAS TEKNIK

Kampus I : Jl. Darmawangsa I No. 1 Kebayoran Baru, Jakarta 12140

Telepon : (021) 7267655, 7267657, 7231948, Fax : (021) 7267657

Kampus II : Jl. Perjuangan, Bekasi Utara

Telepon : (021) 88955882, Fax : (021) 88955871

LEMBAR PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : DIDI AZHARI

NPM : 201310215121

Fakultas/Jurusan : Teknik/Teknik Industri

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Keripik
Singkong Menggunakan Metode SWOT (Studi Kasus di
UMKM. Ari Jaya)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Jika kemudian hari penulisan skripsi yang telah saya buat merupakan hasil plagiat atau penjiplakan karya orang lain, maka saya bersedia bertanggung jawab sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada paksaan dari pihak lain.

Bekasi, 15 Januari 2018

Penulis,

Didi Azhari

201310215121



ABSTRAK

Didi Azhari. 201310215121. Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Keripik Singkong Menggunakan Metode SWOT (STUDI KASUS DI UMKM ARI JAYA).

UMKM. Ari Jaya merupakan salah satu pelaku usaha kecil yang berfokus pada industri makanan yaitu keripik singkong presto. Penjualan produk keripik singkong presto ini masih di bawah 2 pesaing diantara 3 pesaing, selama jumlah penjualan dalam 6 bulan periode juli 2017 – november 2017. Tujuan dilakukan penelitian adalah untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat meningkatkan penjualan pada produk dan menganalisa agar dapat mengetahui strategi-strategi yang tepat dengan analisa S-W-O-T: kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threats*), pada produk “Keripik Ibu As” dalam segi pemasaran. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisa SWOT, Matriks IFAS, Matrik EFAS dan Matrik SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saat ini posisi pemasaran yang dilakukan pada penjualan produk keripik yaitu berada pada strategi berjalan dimana perusahaan memiliki peluang pasar yang sangat besar, namun ada beberapa kendala (kelemahan) internal yang harus dihadapi. Adapun strateginya adalah memanfaatkan warga sekitar untuk membantu dalam tahap proses produksi yang ringan agar mempercepat proses-proses produksi selanjutnya dan bertambahnya hasil produksi serta meningkatkan pemasaran dengan memanfaatkan daerah pemasaran yang semakin meluas.

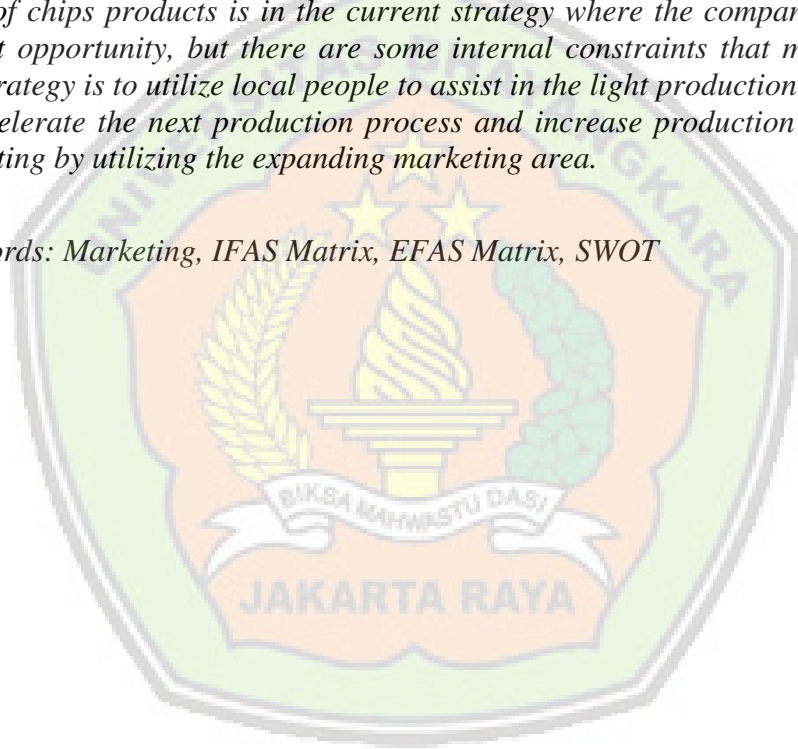
Kata Kunci: Pemasaran, Matriks IFAS, Matriks EFAS, SWOT

ABSTRACT

Didi Azhari. 201310215121. Marketing Strategy Analicys Of Singkong Cycle Product Using SWOT Method (CASE STUDY IN UMKM ARI JAYA).

UMKM. Ari Jaya is one of the small business actors that focus on the food industry namely presto cassava chips. Sales of cassava chips presto products are still below 2 competitors among 3 competitors, during the number of sales in 6 months period July 2017 - november 2017. The purpose of research is to determine the right marketing strategy in order to increase sales on products and analyze in order to megetahui strategy - the right strategy with SWOT analysis: strength (Strength), Weakness, Opportunity and Threats, in the product of "Mother Chips" in marketing terms. Data analysis technique used in this research is using SWOT analysis, IFAS Matrix, EFAS Matrix and SWOT Matrix. The result of the research shows that the marketing position currently carried out on the sales of chips products is in the current strategy where the company has a huge market opportunity, but there are some internal constraints that must be faced. The strategy is to utilize local people to assist in the light production process steps to accelerate the next production process and increase production and increase marketing by utilizing the expanding marketing area.

Keywords: Marketing, IFAS Matrix, EFAS Matrix, SWOT



LEMBAR PUBLIKASI
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **DIDI AZHARI**
NPM : **201310215121**
Program Studi : **Teknik Industri**
Fakultas : **Teknik**
Jenis Karya : **Skripsi**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Hak Bebas Royalti (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*), atas skripsi saya yang berjudul:

Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Keripik Singkong Menggunakan Metode SWOT (Studi Kasus di UMKM. Ari Jaya)

Beserta perangkat yang ada (bila diperlukan). Dengan hak bebas royalti non-eksklusif ini, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam skripsi ini menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Bekasi

Pada tanggal : 15 Januari 2018

Yang menyatakan,



Didi Azhari
201310215121

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Yang Maha Esa, karena telah memberikan rahmat dan karunia-Nya pada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Skripsi ini penulis susun dengan judul “Analisa Strategi Pemasaran Pada Produk Keripik Singkong Menggunakan Metode SWOT (Studi Kasus Di Umkm. Ari Jaya)”. Yang di dasarkan atas data-data yang penulis peroleh dari hasil penelitian pada UMKM Ari Jaya serta data-data teoritis yang penulis peroleh selama kuliah di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Fakultas Teknik.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih, antara lain ditujukan kepada :

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Drs. Bambang Karsono, S.H, M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Ismaniah, S.Si, M.M. selaku Dekan Fakultas Teknik Industri.
3. Ibu Denny Siregar, S.T, M.Sc. Selaku Kepala Jurusan Program Studi Teknik Industri.
4. Ibu Helena Sitorus, S.T, M.T selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing dan memberikan pengarahan dalam menyusun laporan skripsi.
5. Bapak Andi Turseno, S.T, M.T selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan pengarahan dalam menyusun laporan skripsi.
6. Bapak Sonny Nugroho, S.T, M.T. selaku dosen pembimbing akademik.
7. Dosen-dosen dan seluruh staf Teknik Industri Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan arahan kepada penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kedua orangtua saya tercinta serta adik-adik tersayang yang telah memberikan semangat dan Do'a yang tak henti-henti.

9. Anggiani Putri Pradina, S.E, calon istri tercinta yang telah membantu dalam mencari studi literatur.
10. Seluruh pengelola, karyawan, serta konsumen UMKM Ari Jaya yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.
11. Rekan-rekan mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan banyak dukungan dalam membantu penyelesaian Skripsi ini.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik yang bersifat membangun agar skripsi ini menjadi lebih baik lagi. Dan akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan bagi pembaca dan pihak lain.

Bekasi, 08 januari 2018

Penulis



(Didi Azhari)

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Rumusan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Batasan Masalah.....	4
1.6. Manfaat Penelitian.....	4
1.7. Tempat dan Waktu Penelitian.....	4
1.8. Metodologi Penelitian	5
1.9. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1. Pemasaran.....	7
2.1.1. Pengertian Pemasaran	7
2.1.2. Tujuan Sistem Pemasaran	10
2.1.3. Bauran Pemasaran	11
2.1.4. Strategi Pemasaran	11
2.2. Teori Strategi.....	13
2.2.1. Definisi Perencanaan Strategi	13

2.2.2. Tipe-tipe Strategi	16
2.3. Metode SWOT	17
2.3.1. Pengertian SWOT	17
2.3.2. Fungsi SWOT	18
2.3.3. Analisis SWOT	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1. Jenis Penelitian	27
3.2. Teknik Pengumpulan Data	28
3.3. Jenis Data.....	28
3.4. Identifikasi Data.....	28
3.5. Metode Analisis Data	30
3.6. Kerangka Berfikir	30
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	31
4.1.1. Profil Perusahaan	31
4.1.2. Visi-misi Perusahaan	31
4.2. Buaran Pemasaran	32
4.2.1. Produk.....	32
4.2.2. Harga.....	34
4.2.3. Distribusi	34
4.2.4. Promosi.....	35
4.3. Analisis SWOT.....	35
4.3.1. <i>Mapping</i> SWOT.....	35
4.3.2. Menentukan Matriks IFAS dan EFAS	39
4.3.1. Matriks SWOT.....	44
4.3.4. Usulan Hasil Analisis.....	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	48
5.1. Kesimpulan	48
5.2. Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Perbandingan penjualan produk Ibu As dengan produk pesaing.....	2
2.1 Faktor Strategi Internal.....	22
2.2 Faktor Strategi Eksternal.....	23
2.3 Matriks SWOT.....	25
4.1 IFAS (Internal Factors Analysis Summary).....	39
4.2 EFAS (External Factor Analysis Summary).....	41
4.3 Analisa Matriks SWOT.....	45



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1 Perbandingan penjualan produk Ibu As dengan produk pesaing.....	2
2.1 Konsep Dasar SWOT.....	20
2.2 Analisis SWOT.....	24
3.1 Kerangka Berfikir Penelitian.....	31
4.3 Posisi Pemasaran.....	43



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran I Kuesioner Voting.....	51
Lampiran II Hasil Kuesioner Poin untuk Faktor Intenal.....	53
Lampiran III Hasil Kuesioner Poin untuk Faktor Ekstenal.....	54
Lampiran IV Kuesioner Bobot dan Rating.....	55
Lampiran V Hasil Kuesioner Rating.....	56
Lampiran IV Hasil Kuesioner Bobot Internal.....	57
Lampiran VII Hasil Kuesioner Bobot Eksternal.....	58
Lampiran VIII Gambar Produk Keripik Ibu As.....	59
Lampiran IX Gambar Pemilihan Singkong.....	59

