

**USULAN STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN  
PRODUK WOK PAN MENGGUNAKAN ANALISIS  
SWOT DAN BENCHMARKING DI PT. KGP**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**AHMAD WILDAN HIDAYAT**

**201410215092**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2020**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Usulan Strategi Peningkatan Penjualan Produk  
*Wok Pan* Menggunakan Analisis SWOT dan  
*Benchmarking* di PT. KGP

Nama Mahasiswa : Ahmad Wildan Hidayat

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410215092

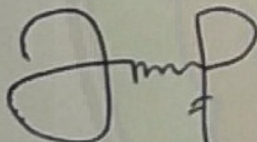
Program Studi/ Fakultas : Teknik Industri/ Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2020

Bekasi, Juli 2020

MENYETUJUI,

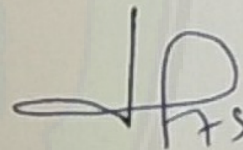
Pembimbing I



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

NIDN. 0322087201

Pembimbing II

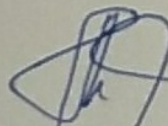


Helena Sitorus, S.T., M.T.

NIDN. 0330117308

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Teknik Industri



Drs. Solihin, M.T.

NIDN. 0320066605

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Usulan Strategi Peningkatan Penjualan Produk  
*Wok Pan* Menggunakan Analisis SWOT dan  
*Benchmarking* di PT. KGP

Nama Mahasiswa : Ahmad Wildan Hidayat

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410215092

Program Studi/ Fakultas : Teknik Industri/ Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2020

Bekasi, 23 Juli 2020

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Ir. Sumanto, M.T.  
NIDN. 0306056101

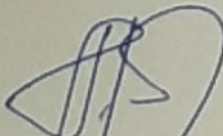
Penguji 1 : Murwan Widyantoro, S.Pd., M.T.  
NIDN. 0301048601

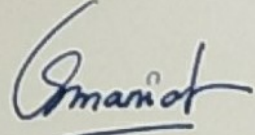
Penguji 2 : Denny Siregar, S.T., M.Sc.  
NIDN. 0322087201

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Teknik Industri

Dekan Fakultas Teknik

  
Drs. Solihin, M.T.  
NIDN. 0320066605

  
Ismaniah, S.Si., M.M.  
NIDN. 0309036503

## LEMBAR PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul

Usulan Strategi Peningkatan Penjualan Produk *Wok Pan* Menggunakan Analisis SWOT dan *Benchmarking* di PT. KGP, ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, Juli 2020

Yang membuat pernyataan,



Ahmad Wildan Hidayat

NPM. 201410215092

## ABSTRAK

**Ahmad Wildan Hidayat. 201410215092.** Usulan Strategi Peningkatan Penjualan *Wok Pan* with SWOT Analysis and *Benchmarking* at PT. KGP.

PT. KGP adalah perusahaan *direct selling* yang menjual kebutuhan peralatan rumah tangga khususnya peralatan masak dengan target konsumennya adalah para ibu rumah tangga, salah satu produknya adalah *wok pan* yang biasa digunakan untuk memasak sehari-hari. Akumulasi penjualan *wok pan* pada tahun 2019 belum memenuhi target penjualan sebesar 30% dari pangsa pasar di wilayah Jakarta ditambah dengan sebaran penjualan setiap bulannya yang mengalami perubahan cukup besar selisihnya. Untuk itu diperlukan penelitian yang bertujuan untuk menentukan strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT dan *Benchmarking marketing mix 4p* sehingga target perusahaan dapat tercapai. Hasil penelitian SWOT menunjukkan bahwa strategi yang harus diterapkan adalah strategi ST (*Strength-Threat*), sedangkan dari hasil analisis *Benchmarking* strategi yang perlu diterapkan adalah memfokuskan pada perbaikan faktor tempat (*place*) dan faktor promosi (*promotion*). Kombinasi keduanya menghasilkan strategi berupa perluasan area pasar ke wilayah penyangga Jakarta, meningkatkan promosi yang intensif dengan memperbarui metode demo *sales promotor*, komunikasi ke produsen yang intensif untuk membahas inovasi produk, dan proses survei harus dilakukan dengan lebih selektif.

**Kata kunci:** Strategi pemasaran, analisis SWOT, *Benchmarking*

## ABSTRACK

**Ahmad Wildan Hidayat. 201410215092. Proposed Strategy to Increase Wok Pan Sales Using SWOT Analysis and Benchmarking at PT. KGP.**

*PT. KGP is a direct selling company that sells household appliances, especially cooking equipment with the costumers target are housewives. One of the products is wok pan which is used for daily cooking. Wok pan sales in 2019 has under the sales target by 30% of the market share in the Jakarta area and the sales difference are too big enough everymonth. Research is needed to determine marketing strategies based on SWOT analysis and Benchmarking marketing mix 4p so the company's target can be achieved. The SWOT result shows that the strategy that must be applied is the ST (Strength-Threat) strategy and Benchmarking analysis results of strategies that need to be applied is to focus on improving place and promotions factor. Then the strategies based on SWOT and Benchmarking analysis are market area expansion in around Jakarta, increase intensive promotion by updating sales promotor demo methods, intensive communication with producers to discuss about product innovation, and the survey process must be more selectively.*

**Keywords:** *Marketing strategy, SWOT analysis, Benchmarking*

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, saya bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Wildan Hidayat  
NPM : 201410215092  
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- Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

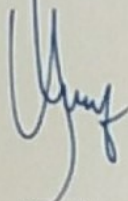
**Usulan Strategi Peningkatan Penjualan Produk *Wok Pan* Menggunakan Analisis SWOT dan *Benchmarking* di PT. KGP.**

Beserta perangkat yang ada (bila diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Bhayangkara Jakarta Raya berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Bekasi  
Pada tanggal : Juli 2020

Yang menyatakan



(Ahmad Wildan Hidayat)

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga dapat mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik yang berjudul “Usulan Strategi Peningkatan Penjualan Produk *Wok Pan* Menggunakan Analisis SWOT dan *Benchmarking* di PT. KGP”. Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh Studi Strata 1 (S-1) Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat selesai karena adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- 1 Ibu Ismaniah, S.Si., M.M. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- 2 Bapak Drs. Solihin, M.T. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- 3 Ibu Helena Sitorus, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing akademik kelas TIDB Sore.
- 4 Ibu Denny Siregar, S.T., M.Sc. selaku dosen pembimbing I saya yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
- 5 Ibu Helena Sitorus, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing II yang juga telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
- 6 Bapak Aris Pujo Susanto, selaku Manajer Operasional serta pembimbing penelitian di PT. KGP.
- 7 Kedua orang tua yang selalu dan tak pernah lelah dalam mendukung dan mendoakan.
- 8 Semua teman angkatan Teknik Industri tahun 2014.

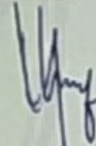


- 9 Dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati, penulis memohon kepada Allah SWT agar dapat membalas segala kebaikan bagi mereka yang telah membantu di dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari skripsi ini baik dari materi maupun teknik penyajiannya, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga penulisan ilmiah ini dapat diterima dan bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Bekasi, Juli 2020



Ahmad Wildan Hidayat

NPM. 201410215092

# DAFTAR ISI

Halaman

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACK.....</b>	<b>vi</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Batasan Masalah .....	6
1.5 Tujuan Penelitian .....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
1.7 Tempat dan Waktu Penelitian.....	7
1.8 Metode Penelitian .....	7
1.9 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
2.1 Analisis SWOT .....	10

2.1.1	Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS).....	12
2.1.2	Menentukan Faktor Strategi Eksternal (EFAS) .....	14
2.1.3	Cara Membuat Analisa SWOT .....	15
2.1.4	Matriks SWOT .....	17
2.2	Analisis <i>Benchmarking</i> .....	18
2.2.1	Tujuan <i>Benchmarking</i> .....	19
2.2.2	Manfaat <i>Benchmarking</i> .....	19
2.2.3	Jenis <i>Benchmarking</i> .....	20
2.2.4	Proses <i>Benchmarking</i> .....	21
2.3	Pengertian Pemasaran .....	23
2.4	Istilah–istilah dalam Konsep Inti Pemasaran .....	24
2.5	Peranan Manajemen Pemasaran dalam Perusahaan .....	28
2.5.1	Analisis Kesempatan Pasar .....	29
2.5.2	Analisis Lingkungan .....	30
2.5.3	Analisis Pasar .....	31
2.6	Strategi Pemasaran .....	32
2.7	Penelitian Terdahulu.....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>38</b>
3.1	Objek Penelitian.....	38
3.2	Jenis Data.....	38
3.2.1	Data Primer .....	38
3.2.2	Data Sekunder .....	39
3.3	Populasi dan Sampel.....	39
3.3.1	Populasi.....	39
3.3.2	Sampel.....	39

3.4	Pengolahan dan Analisis Data .....	40
3.5	Kesimpulan dan Saran .....	42
3.6	Kerangka Pikir Penelitian .....	43
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>44</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	44
4.2	Jenis Produk dan Area Pemasaran .....	45
4.2.1	Jenis Produk .....	45
4.2.2	Area Pemasaran.....	47
4.3	Struktur Organisasi .....	48
4.4	Data Riwayat Penjualan.....	50
4.5	Analisis SWOT .....	51
4.5.1	Faktor Internal Perusahaan.....	51
4.5.2	Menentukan Matriks IFAS.....	54
4.5.3	Faktor Internal Perusahaan.....	58
4.5.4	Menentukan Matriks EFAS.....	60
4.6	Diagram SWOT .....	64
4.7	Matriks SWOT.....	66
4.8	Analisis Benchmarking .....	67
4.8.1	Analisis Produk ( <i>Product</i> ).....	68
4.8.2	Analisis Harga ( <i>Price</i> ).....	68
4.8.3	Analisis Tempat ( <i>Place</i> ).....	69
4.8.4	Analisis Promosi ( <i>Promotion</i> ).....	69
4.8.5	Matriks <i>Benchmarking</i> .....	70
4.9	Penentuan Strategi Pemasaran .....	73

**BAB V PENUTUP.....74**

5.1 Kesimpulan .....74

5.2 Saran.....75

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Produk tahun 2018-2019.....	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Produk <i>Wok Pan</i> PT. KGP dan Perusahaan Pesaing Tahun 2019 .....	4
Tabel 2.1 Matriks IFAS ( <i>Internal Factors Analysis Summary</i> ).....	13
Tabel 2.2 Matriks EFAS ( <i>External Factors Analysis Summary</i> ).....	15
Tabel 2.3 Matriks SWOT .....	17
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu .....	36
Tabel 4.1 Data Penjualan Produk <i>Wok Pan</i> tahun 2018-2019.....	50
Tabel 4.2 Faktor Internal PT. KGP Berdasarkan Hasil Kuisisioner .....	52
Tabel 4.3 Nilai Bobot Faktor Internal PT. KGP .....	54
Tabel 4.4 Nilai Rating Faktor Internal PT. KGP .....	57
Tabel 4.5 Matriks IFAS ( <i>Internal Factors Analysis Summary</i> ).....	58
Tabel 4.6 Faktor Eksternal PT. KGP Berdasarkan Hasil Kuisisioner .....	59
Tabel 4.7 Bobot Faktor Eksternal PT. KGP.....	62
Tabel 4.8 Nilai Rating Faktor Eksternal PT. KGP.....	63
Tabel 4.9 Matriks EFAS ( <i>External Factors Analysis Summary</i> ).....	64
Tabel 4.10 Matriks SWOT .....	67
Tabel 4.11 Variabel penilaian <i>Benchmarking marketing mix 4p</i> PT. KGP .....	70
Tabel 4.12 Rekap penilaian <i>Benchmarking marketing mix 4p</i> PT. KGP.....	71
Tabel 4.13 Matriks <i>Benchmarking marketing mix 4p</i> PT. KGP .....	72

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data <i>Market Share</i> Penjualan <i>Wok Pan</i> tahun 2019 .....	5
Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT .....	16
Gambar 2.2 Sistem Pemasaran Sederhana .....	28
Gambar 2.3 Pelaku dan Kelakuan Utama dalam Sistem Pemasaran Modern....	28
Gambar 3.1 Susunan Kerangka Pikir Penelitian .....	40
Gambar 4.1 Logo PT. KGP .....	44
Gambar 4.2 <i>Wok Pan</i> .....	45
Gambar 4.3 <i>Double Fry Pan</i> .....	46
Gambar 4.4 Presto.....	46
Gambar 4.5 Kompor 1 Tungku .....	47
Gambar 4.6 Kantor PT. KGP .....	48
Gambar 4.7 Grafik Penjualan Produk tahun 2018-2019 .....	51
Gambar 4.8 Diagram SWOT.....	66

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penentuan Variabel Faktor Internal
- Lampiran 2. Kuesioner Penentuan Variabel Faktor Eksternal
- Lampiran 3. Kuesioner Penilaian Faktor Internal
- Lampiran 4. Kuesioner Penilaian Faktor Eksternal
- Lampiran 5. Kuesioner Penentuan Variabel Faktor Pembanding
- Lampiran 6. Kuesioner Penilaian Perbandingan dengan Kompetitor
- Lampiran 7. Rekap Perhitungan Penentuan Variabel Internal
- Lampiran 8. Rekap Perhitungan Penentuan Variabel Eksternal
- Lampiran 9. Rekap Perhitungan Bobot Faktor Internal dan Eksternal
- Lampiran 10. Rekap Perhitungan Rating Faktor Internal dan Eksternal
- Lampiran 11. Rekap Penentuan Variabel *Benchmarking*
- Lampiran 12. Rekap Penilaian *Benchmarking*
- Lampiran 13. Kuesioner 1 : Sampel Penentuan Variabel Faktor Internal
- Lampiran 14. Kuesioner 2 : Sampel Penentuan Variabel Faktor Eksternal
- Lampiran 15. Kuesioner 3 : Sampel Penilaian Faktor Internal
- Lampiran 16. Kuesioner 4 : Sampel Penilaian Faktor Eksternal
- Lampiran 17. Kuesioner 5 : Sampel Penentuan Variabel Faktor Pembanding
- Lampiran 18. Kuesioner 6 : Sampel Penilaian Perbandingan dengan Kompetitor
- Lampiran 19. Surat Keterangan Penelitian