

**ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN  
MARTABAK MANIS MENGGUNAKAN METODE  
SWOT DAN *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING*  
*MATRIX (QSPM)*  
( STUDI KASUS DI UMKM MARTABAK EL – GAN’S )**

**SKRIPSI**

Oleh

**IRFAN EKA NUGRAHA  
201810215207**



**PROGAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2023**

**ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN  
MARTABAK MANIS MENGGUNAKAN METODE  
SWOT DAN *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING*  
*MATRIX (QSPM)*  
( STUDI KASUS DI UMKM MARTABAK EL – GAN’S )**

**SKRIPSI**

Oleh

**IRFAN EKA NUGRAHA**

**201810215207**



**PROGAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Strategi Peningkatan Penjualan  
Martabak Manis Menggunakan Metode  
SWOT dan *Quantitative Strategic Planing  
Matrix* (QSPM) Studi Kasus di UMKM  
Martabak El – Gan's

Nama Mahasiswa : Irfan Eka Nugraha

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810215207

Fakultas / Progam Studi : Teknik / Teknik Industri

Lulus Ujian Skripsi : 04 Febuari 2023

Bekasi, 11 Febuari 2023

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Roberta Heni Anggit Tanisri S.T., M.T.  
NIDN 0314078801



Denny Siregar S.T., M.Sc.  
NIDN 0322087201

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Strategi Peningkatan Penjualan  
Martabak Manis Menggunakan Metode  
SWOT dan *Quantitative Strategic Planing*  
*Matrix* (QSPM) Studi Kasus di UMKM  
Martabak El – Gan's

Nama Mahasiswa : Irfan Eka Nugraha

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810215207

Progam Studi / Fakultas : Teknik / Teknik Industri

Tanggal Lulus Sidang : 04 Febuari 2023

Bekasi, 11 Febuari 2023

MENGESAHKAN,

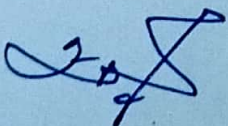
Ketua Tim Penguji : Apriani, S.T., M.T.  
NIDN 0302048101

Penguji I : Erwin Barita Maniur, S.T., M.T.  
NIDN 0315127601

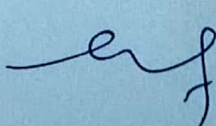
Penguji II : Roberta Heni Anggit Tanisri, S.T., M.T.  
NIDN 0314078801

MENGETAHUI,

Ketua Progam Studi  
Teknik Industri

  
Ir. Zulkani Sunaga, MT  
NIDN 0331016905

Dekan  
Fakultas Teknik

  
Dr. Tulus Sukreni, S.T., M.T.  
NIDN 0324047505

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul :

“Analisis Strategi Peningkatan Penjualan Martabak Manis Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Studi Kasus di UMKM Martabak El – Gan’s”

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya 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 dikemudian 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/tesis ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 15 Februari 2023

Yang membuat pernyataan,



Irfan Eka Nugraha  
201810215207

## ABSTRAK

**Irfan Eka Nugraha. 201810215207.** Analisis Strategi Pemasaran Penjualan Martabak Manis Menggunakan Metode Swot (Studi Kasus Di UMKM Martabak El – Gan’s)

UMKM. El-Gans adalah salah satu pelaku usaha yang saat ini berkarir pada industri makanan yaitu menjual martabak manis dan martabak telur. Saat ini penjualan martabak manis masih di bawah para pesaing lainnya, selama jumlah penjualan dalam 6 bulan periode Oktober 2021 – Maret 2022. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengidentifikasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman usaha (*Treats*) S-W-O-T, pada produk “Martabak Mba Lina” selanjutnya menentukan strategi perusahaan berdasarkan faktor eksternal dan internal perusahaan dan setelah itu mendapatkan prioritas strategi yang akan ditetapkan. Di dalam ketatnya persaingan usaha suatu perusahaan harus dapat selalu mengembangkan strategi perusahaan agar bisa bertahan dan terus berkembang di tengah pesatnya pesaing usaha, oleh sebab itu perusahaan perlu mengembangkan sebuah strategi yang cocok agar perusahaan bisa mempertahankan keberadaannya dan dapat memperbaiki kinerja usahanya. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisa SWOT, Matriks IFAS, Matriks EFAS, Matriks SWOT dan Quantitative Strategi Planing Matriks (QSPM). Yang di mana hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa saat ini kegiatan pemasaran yang dilakukan pada penjualan produk martabak ialah berada pada strategi berjalan yang dimana pelaku usaha mempunyai peluang pasar yang sangat besar, namun terdapat beberapa kendala (kelemahan) internal yang harus dihadapi.

Kata kunci : Pemasaran produk, Matriks IFAS & EFAS, SWOT, QSPM

## ABSTRACT

**Irfan Eka Nugraha. 201810215207. Marketing Strategy Analysis of Sweet Martabak Sales Using the Swot Method (Case Study in MSMEs Martabak El – Gan's)**

*SMEs. El-Gans is one of the business actors who currently has a career in the food industry, namely selling sweet martabak and egg martabak. Currently, sweet martabak sales are still below other competitors, as long as the number of sales in the 6-month period October 2021 - March 2022. The purpose of this study is to identify strengths, weaknesses, opportunities and business threats. ) S-W-O-T, the product "Martabak Mba Lina" then determines the company's strategy based on the company's external and internal factors and after that gets the strategic priorities to be determined. In the intense business competition, a company must always develop a company strategy in order to survive and continue to grow in the midst of rapid business competitors, therefore companies need to develop a suitable strategy so that the company can maintain its existence and can improve its business performance. The data analysis technique used in this research is using SWOT analysis, IFAS Matrix, EFAS Matrix, SWOT Matrix and Quantitative Strategic Planing Matrix (QSPM). Which is where the results of this study indicate that currently the marketing activities carried out on the sale of martabak products are in an ongoing strategy where business actors have a very large market opportunity, but there are several internal constraints (weaknesses) that must be faced.*

**Keywords :** *Product marketing, IFAS & EFAS Matrix, SWOT, QSPM*

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai citivas akademik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Irfan Eka Nugraha  
NPM : 201810215207  
Progam Studi : Teknik Industri  
Fakultas : Teknik  
Jenis Karya : Skripsi / Tesis / Karya Ilmiah

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

### ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN MARTABAK MANIS MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN QSPM STUDI KASUS DI UMKM MARTABAK EL – GAN’S


Universitas Bhayangkara Jakarta Raya berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikan dan menampilkan publikasinya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu permintaan izin dari saya sebaga 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 Februari 2023

Yang menyatakan,

  
Irfan Eka Nugraha  
201810215207



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik Industri Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Skripsi ini penulis susun dengan judul **“ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN MARTABAK MANIS MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)* ( STUDI KASUS DI UMKM MARTABAK EL – GAN’S )”**

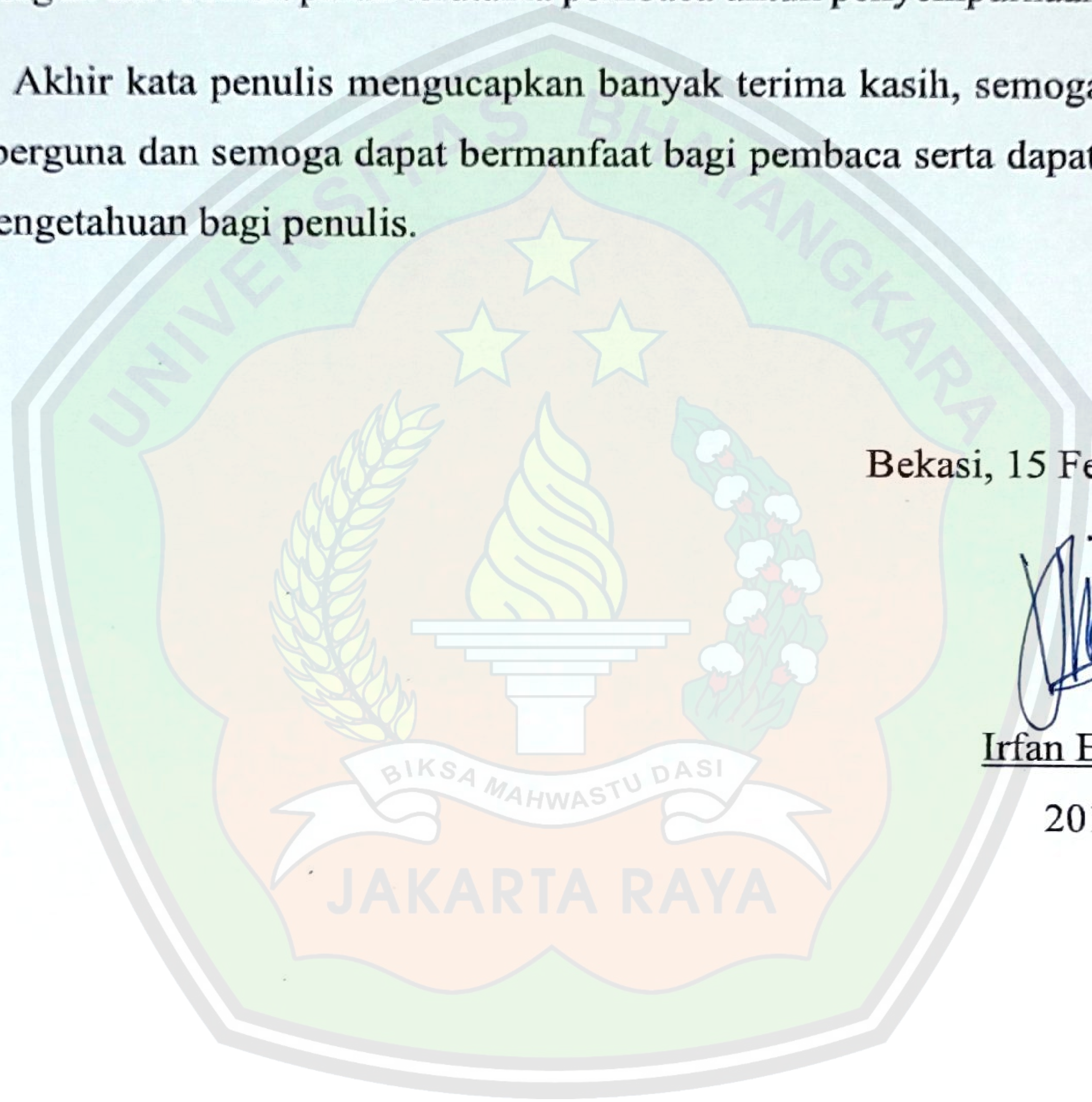
Skripsi ini merupakan serangkaian kegiatan yang harus dilaksanakan oleh setiap mahasiswa sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata I Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Bhayangkara, Jakarta Raya. Dalam pelaksanaannya, penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. H. Bambang Karsono, S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Tulus Sukreni, S.T., M.T. selaku Dekan Fakultas teknik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Ir. Zulkani Sunaga, MT\_ selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Roberta Heni Anggit, S.T, M.T selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan saran dan nasehat dengan sabar dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Denny Siregar, ST. M.Sc selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak Haris Hamdani, S.Pd.I., M.Pd. Selaku dosen pembimbing akademik kelas TID-A4 Program studi Tekni Industri.
7. Orangtua yang telah memberikan motivasi, dukungan moril dan finansial selama pelaksanaan Skripsi ini.

8. Mba Lina selaku pemilik outlet Martabak Manis El-Gans yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan wawancara.
9. Serta Teman-teman warung santuy dan mahasiswa Program Studi Teknik Industri yang telah mendukung dan memotivasi saya untuk menyelesaikan laporan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh atau terdapat kekurangan baik penulisan maupun isi karena keterbatasan waktu dan pengetahuan dari penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak terutama pembaca untuk penyempurnaan Skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih, semoga Skripsi ini dapat berguna dan semoga dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan bagi penulis.



Bekasi, 15 Februari 2023

Irfan Eka Nugraha

201810215207

# DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA .....</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>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	5
1.3. Rumusan Masalah .....	5
1.4. Batasan Masalah .....	5
1.5. Tujuan Penelitian .....	6
1.6. Manfaat Penelitian .....	6
1.7. Tempat dan Waktu Penelitian .....	7
1.8. Metode Pengumpulan Data .....	7
1.9. Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
2.1. Pengertian Pemasaran .....	10

2.1.1 Fungsi Pemasaran .....	11
2.1.2 Tujuan Pemasaran.....	13
2.1.3 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	14
2.2. Teori Kepuasan .....	15
2.2.1 Perilaku Konsumen.....	15
2.2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	16
2.2.3 Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	17
2.3. Faktor Yang Mempengaruhi Omzet.....	18
2.3.1 Faktor Internal: .....	18
2.3.2 Faktor Eksternal:.....	19
2.4. Harga Produk .....	21
2.5. Omzet Penjualan .....	21
2.5.1 Meningkatkan Omzet Penjualan.....	22
2.6. Pengolahan Data.....	24
2.6.1 Uji Validitas.....	24
2.6.2 Uji Reliabilitas .....	24
2.7. Definisi SWOT.....	25
2.8. Matriks Faktor Strategi Eksternal .....	26
2.9. Matriks Faktor Strategi Internal.....	27
2.10. Matriks SWOT .....	31
2.11. QSPM ( <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> ) .....	32
2.12. Penelitian Terdahulu .....	32
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	37
3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	37

3.3. Sampel dan Populasi .....	38
3.3.1 Metode Pengumpulan Data.....	41
3.4. Pengelompokan Karakteristik Responden .....	43
3.5. Metode Analisis Data.....	44
3.6. Flowchart Dari Penelitian .....	46
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
4.1. Sejarah Perusahaan.....	47
4.2. Pemilihan Faktor SWOT.....	47
4.3. Produk Perusahaan .....	48
4.4. Penjualan Produk .....	49
4.4.1 Penjualan.....	49
4.4.2 Pemasaran .....	50
4.4.3 Sumber Daya Manusia.....	50
4.5. Pengumpulan Faktor SWOT.....	50
4.6. Pengolahan Data Kuisisioner.....	51
4.6.1 Uji Validitas.....	51
4.6.2 Uji reliabilitas .....	53
4.7. Analisis SWOT .....	54
4.7.1 Perhitungan Nilai Bobot dan Rating Matriks IFAS.....	55
4.7.2 Perhitungan Nilai Bobot dan Rating Matriks EFAS.....	57
4.7.3 Diagram SWOT .....	58
4.7.4 Matriks Diagram Analisis SWOT.....	60
4.8. Analisis Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).....	64
4.8.1 Alternatif Strategi 1 .....	65
4.8.2 Alternatif Straegi 2.....	67

4.8.3 Alternatif Strategi 3 .....	69
4.8.4 Alternatif Strategi 4 .....	71
4.8.5 Alternatif Strategi 5 .....	73
4.8.6 Alternatif Strategi 6 .....	75
4.8.7 Alternatif Strategi 7 .....	77
4.8.8 Alternatif Strategi 8 .....	79
4.8.9 Matriks QSPM .....	81
4.9. Hasil Pembahasan Penelitian .....	84
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	86
5.1. Kesimpulan .....	86
5.2. Saran .....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	87
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1Penjualan Martabk El-Gans .....	2
Tabel 2. 1External Factors Analysis Summary.....	27
Tabel 2. 2Internal Factors Analysis Summary.....	28
Tabel 2. 3Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 3. 1 Kekuatan (Strenght) .....	37
Tabel 3. 2 Kelemahan (Weaknes) .....	39
Tabel 3. 3 Peluang (Opportunity) .....	40
Tabel 3. 4 Ancaman (Threats).....	41
Tabel 4. 1 Penjualan Martabak El-Gans .....	49
Tabel 4. 2Uji Validitas .....	52
Tabel 4. 3Nilai Cronbach's Alpha.....	53
Tabel 4. 4Bobot dan Rating Matriks IFAS .....	55
Tabel 4. 5 Bobot dan Rating Matriks EFAS .....	57
Tabel 4. 6 Matriks SWOT.....	60
Tabel 4. 7Alternatif Strategi Internal 1 .....	65
Tabel 4. 8 Alternatif Strategi Eksternal 1 .....	66
Tabel 4. 9 Alternatif Strategi Internal 2 .....	67
Tabel 4. 10 Alternatif Strategi Eksternal 2 .....	68
Tabel 4. 11Alternatif Strategi Internal 3 .....	69
Tabel 4. 12 Alternatif Strategi Eksternal 3 .....	70
Tabel 4. 13Alternatif Strategi Internal 4 .....	71
Tabel 4. 14 Alternatif Strategi Eksternal 4 .....	72
Tabel 4. 15Alternatif Strategi Internal 5 .....	73
Tabel 4. 16 Alternatif Strategi Eksternal 5 .....	74
Tabel 4. 17 Alternatif Strategi Internal 6 .....	75
Tabel 4. 18 Alternatif Strategi Eksternal 6 .....	76
Tabel 4. 19 Alternatif strategi Internal 7 .....	77
Tabel 4. 20 Alternatif Strategi eksternal 7 .....	78
Tabel 4. 21 Alternatif Strategi Internal 8 .....	79
Tabel 4. 22 Alternatif Strategi eksternal 8 .....	80

Tabel 4. 23 Matriks QSPM .....81





## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Penjualan Martabak El-Gans Kurun Waktu 6 Bulan.....	2
Gambar 2. 1Konsep Kepuasan Pelanggan .....	17
Gambar 2. 2Konsep Dasar SWOT .....	25
Gambar 2. 3Diagram Analisis SWOT .....	30
Gambar 2. 4 Diagram Matriks .....	31
Gambar 3. 1Kerangka Berpikir Penelitian .....	46
Gambar 4. 1Diagram SWOT.....	59
Gambar 4. 2Aplikasi Online Shop .....	84



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Gambar Hasil Presentase Jumlah Responden

Lampiran 3. Variabel Analisis SWOT

Lampiran 4. Hasil pengisian Google Form

Lampiran 5. Data penjualan martabak manis periode Oktober 2021 s/d Maret 2022 Data Tabel Penjualan

Lampiran 6. Daftar isian Attractive score untuk Matriks QSPM

