

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK PRODUK MAKANAN DI  
AYAM BAKAR MAT NEGRO MENGGUNAKAN METODE  
QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**BHAKTI DWI PUTRA**

**201910215196**



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

# LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Untuk Produk Makanan Di Ayam Bakar Mat Negro Menggunakan Metode SWOT Dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).

Nama Mahasiswa : Bhakti Dwi Putra

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910215196

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2023

Bekasi, 31 Juli 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II



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

Ratna Suminar S, S.T., M.M.  
NIDN 0314047502

# LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Untuk Produk Makanan Di Ayam Bakar Mat Negro Menggunakan Metode SWOT Dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).

Nama Mahasiswa : Bhakti Dwi Putra

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910215196

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2023

Bekasi, 31 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Iskandar Zulkarnaen, S.T., M.T.

NIDN 0312128203

Penguji I : Widya Splanzani, S.T., M.T.

NIDN 0331016905

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

NIDN 0314078801

Ketua Program Studi  
Teknik Industri

MENGETAHUI,

JAKARTA RAYA

Dekan

Fakultas Teknik

  
Ir. Zulkani Sinaga, M.T.  
NIDN 0331016905

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



## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Untuk Produk Makanan Di Ayam Bakar Mat Negro Menggunakan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).

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 ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 31 Juli 2023

nyataan,



Bhakti Dwi Putra

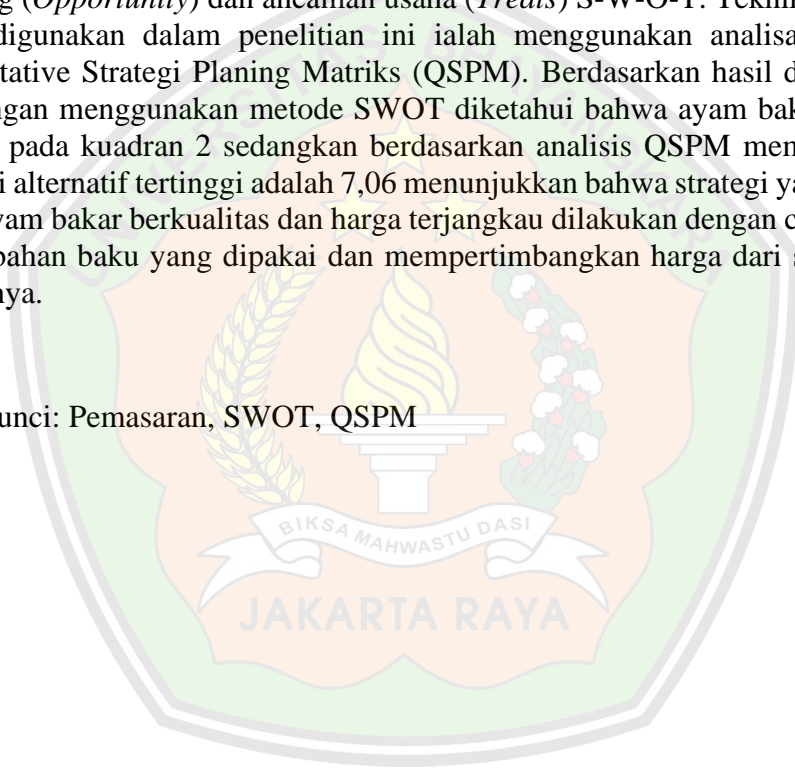
201910215205

## ABSTRAK

**Bhakti Dwi Putra. 201910215196.** Analisis Strategi Pemasaran Untuk Produk Makanan di Ayam Bakar Mat Negro Menggunakan Metode SWOT dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).

UMKM. Ayam Bakar Mat Negro ialah salah satu pelaku usaha yang bergerak di bidang industri makanan yaitu penjual ayam bakar. Saat ini penjualan dari ayam bakar masih di bawah para target penjualan yaitu sekitar 600 porsi perbulan perpaket dan terjadi penurunan omset di tahun 2022 yaitu -Rp.29.635.000. Dalam penelitian ini dilakukan identifikasi penjualan selama satu tahun periode yaitu mulai dari bulan Januari samapai Desember 2021. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu mengidentifikasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman usaha (*Treats*) S-W-O-T. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan analisa SWOT dan Quantitative Strategi Planing Matriks (QSPM). Berdasarkan hasil dari penelitian ini dengan menggunakan metode SWOT diketahui bahwa ayam bakar mat negro berada pada kuadran 2 sedangkan berdasarkan analisis QSPM memperoleh nilai strategi alternatif tertinggi adalah 7,06 menunjukkan bahwa strategi yang diginakan agar ayam bakar berkualitas dan harga terjangkau dilakukan dengan cara menyortir suatu bahan baku yang dipakai dan mempertimbangkan harga dari segi sekitaran lokasinya.

Kata kunci: Pemasaran, SWOT, QSPM

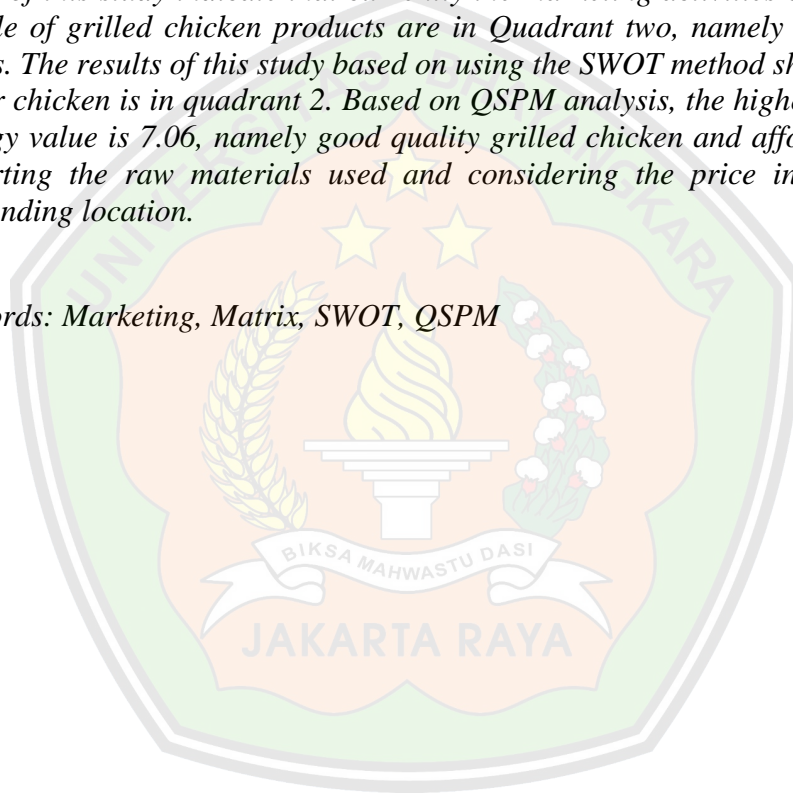


## ABSTRACT

**Bhakti Dwi Putra. 201910215196.** *Analysis of the Marketing Strategy for Food Products at Mat Negro Grilled Chicken Using the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Method.*

*MSMEs. Ayam Bakar Mat Negro is one of the business actors engaged in the food industry, namely selling grilled chicken. Currently, sales of roasted chicken are still below those of other competitors, as long as the number of sales is in one year for the period January 2021 – December 2021. The purpose of this research is to identify strengths (Strengths), Weaknesses (Weaknesses), Opportunities (Opportunities) and business threats (Treats) S-W-O-T. The data analysis technique used in this research is SWOT analysis, IFAS Matrix, EFAS Matrix, SWOT Matrix and Quantitative Strategy Planning Matrix (QSPM). Where the results of this study indicate that currently the marketing activities carried out on the sale of grilled chicken products are in Quadrant two, namely strengths and threats. The results of this study based on using the SWOT method show that black broiler chicken is in quadrant 2. Based on QSPM analysis, the highest alternative strategy value is 7.06, namely good quality grilled chicken and affordable prices by sorting the raw materials used and considering the price in terms of its surrounding location.*

*Keywords: Marketing, 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 : Bhakti Dwi Putra  
NPM : 201910215196  
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 PEMASARAN UNTUK PRODUK MAKANAN DI AYAM BAKAR MAT NEGRO MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM).**

Beserta perangkat yang ada (bila diperlukan) dengan hak yang bebas royalti noneksklusif ini. 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 : 31 Juli 2023

Yang menyatakan,



Bhakti Dwi Putra  
201910215196



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penulisan sebagaimana mestinya. Skripsi ini berjudul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK PRODUK MAKANAN DI AYAM BAKAR MAT NEGRO MENGGUNAKAN METODE QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)”**.

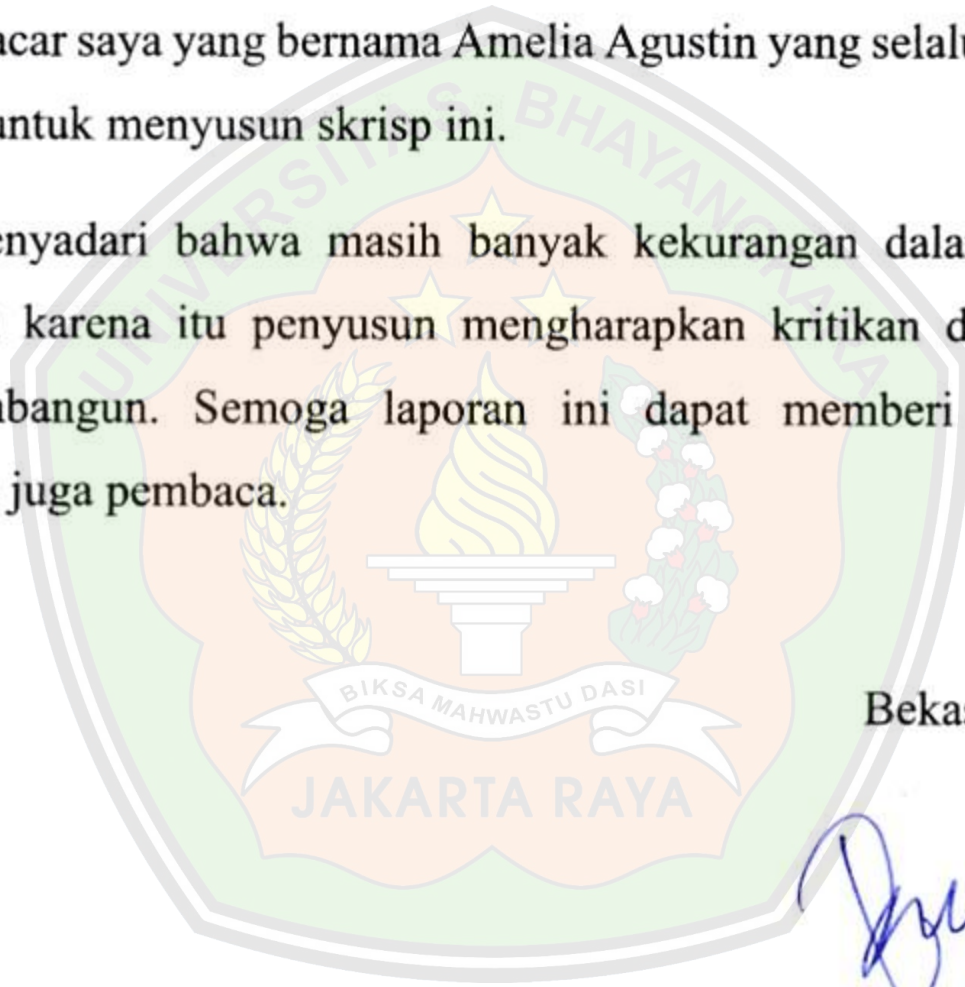
Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam menempuh mata kuliah skripsi di Program Studi Teknik Industri Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Pada kesempatan ini pula, penulis bermaksud mengutarakan rasa terima kasih serta apresiasi yang setinggi-tingginya kepada pihak-pihak yang turut berkontribusi juga memberikan motivasi hingga skripsi ini selesai dengan baik. Oleh karena itu, ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr., Drs., Bambang Karsono, S.H., M.M., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Tulus Sukreni, S.T., M.T., selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Ir. Zulkani Sinaga, M.T., selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Ratna Suminar S, S.T., M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik kelas TIDA4 angkatan 2019 dan sekaligus Dosen Pembimbing II yang telah memberikan semangat serta motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan Skripsi ini.
5. Roberta Heni Anggit Tanisri, S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing I yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
6. Pemilik Warung Mat Negro yang telah memberikan banyak informasi untuk pengumpulan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini sekaligus memberikan pengalaman sosial serta ilmu.



7. Kedua orang tua, adik-kakak, serta keluarga besar penulis. Terima kasih sudah banyak membantu penulis dan mendoakan, memberi support dan motivasi yang membangkitkan semangat kepada penulis sampai penyusunan Skripsi ini selesai.
8. Kepada teman-teman penulis khususnya kelas TIDA4 angkatan 2019 dan teman-teman Mahasiswa Fakultas Teknik, Program Studi Teknik Industri, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang selalu membantu dan memberikan motivasi dalam penyusunan Skripsi ini.
9. Kepada teman di sekitar rumah saya khususnya Renaldi, Elang, Rafi, Lutfi dan Habib Galih yang selalu memberikan saya motivasi dalam menyusun Skripsi ini.
10. Kepada pacar saya yang bernama Amelia Agustin yang selalu memberi saya motivasi untuk menyusun skripsi ini.

Penyusun menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan Skripsi, Oleh karena itu penyusun mengharapkan kritikan dan saran yang bersifat membangun. Semoga laporan ini dapat memberi manfaat bagi penyusun dan juga pembaca.



Bekasi, 31 Juli 2023

Bhakti Dwi Putra  
201910215196

## 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>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
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 Sistematik Penulisan .....	7
1.9 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
2.1 Pengertian Pemasaran .....	10
2.2 Fungsi Pemasaran .....	11
2.3 Tujuan Pemasaran.....	12



2.4	Strategi Manajemen Pemasaran .....	13
2.5	Teori Kepuasan .....	13
2.5.1	Perilaku konsumen .....	13
2.5.2	Konsep kepuasan pelanggan .....	14
2.5.3	Manfaat Kepuasan Pelanggan .....	15
2.6	Faktor Yang Mempengaruhi Omzet .....	16
2.6.1	Harga produk .....	18
2.7	Omzet Penjualan .....	19
2.7.1	Meningkatkan omzet penjualan.....	19
2.8	Definisi SWOT .....	21
2.9	Matriks Faktor Strategi Eksternal .....	22
2.10	Matriks Faktor Strategi Internal .....	23
2.11	Matriks SWOT .....	26
2.12	QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) .....	27
2.13	Buaran Pemasaran.....	27
2.14	Penelitian Terdahulu .....	28
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>33</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	33
3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.2.1	Sumber Data.....	33
3.2.2	Pengelolaan Data .....	34
3.3	Metode Analisi Data .....	35
3.4	Pengambilan Sampel.....	37
3.4.3	Uji Normalitas.....	37
3.4.4	Uji Validitas.....	37
3.4.5	Uji Reliabilitas .....	38

3.5 Flowchart Penelitian .....	39
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	40
4.1.1 Profil Perusahaan .....	40
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	40
4.2 Pengumpulan Data .....	41
4.2.1 Karakteristik dari Responden.....	41
4.2.2 Produk.....	41
4.2.3 Harga.....	42
4.2.4 Penjualan.....	43
4.3 Pengolahan Data .....	44
4.3.1 Uji Normalitas.....	44
4.3.2 Uji Validitas .....	45
4.3.3 Uji Reliabilitas .....	46
4.4 Analisa Data SWOT dan QSPM.....	47
4.4.1 Perhitungan Nilai Bobot dan Rating Matriks IFAS .....	47
4.4.2 Perhitungan Nilai Bobot dan Rating Matriks EFAS .....	48
4.4.3 <i>Diagram</i> SWOT.....	50
4.4.4 Matriks Diagram Analisis SWOT.....	52
4.5 QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix).....	54
4.6 Pembahasan.....	63
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>66</b>
5.1. Kesimpulan .....	66
5.2. Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Mat Negro Periode 2021 .....	2
Tabel 1. 1 Data Perbandingan Harga Penjualan Dengan Pesaing Sejenis.....	3
Tabel 1. 2 Rekap Data Penjualan Dengan Pesaing Sejenis .....	4
Tabel 2. 1 <i>External Factors Analysis Summary</i> .....	21
Tabel 2. 2 <i>Internal Factors Analysis Summary</i> .....	23
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3 1 Data Pertanyaan Kusioner .....	34
Tabel 4. 1 Data Perbandingan Harga Penjualan Dengan Pesaing Sejenis .....	41
Tabel 4. 2 Data Penjualan Mat Negro Periode 2021 .....	42
Tabel 4. 3 Uji Validitas .....	43
Tabel 4. 4 Nilai Cronbach's Alpha.....	44
Tabel 4. 5 Bobot dan Rating Matriks IFAS.....	45
Tabel 4. 6 Bobot dan Rating Matriks EFAS.....	46
Tabel 4. 7 S-O .....	49
Tabel 4. 8 S-T.....	52
Tabel 4.9 W-O.....	53
Tabel 4. 10 W-T .....	57
Tabel 4.11 Alternative Strategi .....	59

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Grafik Penjualan.....	3
Gambar 1. 2 Grafik Penjualan Ayam Bakar Mat Negro 2021.....	5
Gambar 2. 1 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	14
Gambar 2. 2 Konsep Dasar SWOTSumber.....	20
Gambar 2. 3 Diagram Analisis SWOT.....	24
Gambar 2. 1 Matriks analisi SWOT.....	25
Gambar 3 1 Kerangka Berpikir.....	37
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan.....	38
Gambar 4. 2 Dokumentasi.....	40
Gambar 4. 3 Digram SWOT.....	48





## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Karakteristik Responden
- Lampiran 2. Variabel Google Form
- Lampiran 3. Hasil Pengisian Google Form Untuk Kusiner
- Lampiran 4. Data R tabel
- Lampiran 5. Daftar Isian Attractive Score Untuk Matriks QSPM
- Lampiran 6. Dokumentasi
- Lampiran 7. Plagiarisme
- Lampiran 8. Biodata Mahasiswa
- Lampiran 9. Kartu Bimbingan Skripsi

