

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM RESTO AYAM
PENYET BU FERY DENGAN METODE MARKETING
MIX 4P DAN SWOT**

SKRIPSI

Oleh :

FERY ABDI PRADANA

201910215081



PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2023

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM RESTO AYAM
PENYET BU FERY DENGAN METODE MARKETING
MIX 4P DAN SWOT**

SKRIPSI

Oleh :

FERY ABDI PRADANA

201910215081



PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2023

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Resto Ayam Penyet Bu Fery Dengan Metode MARKETING MIX 4P Dan SWOT

Nama Mahasiswa : Fery Abdi Pradana

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910215081

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2023

Bekasi, 21 Juli 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II



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



Roberta Heni A, S.T., M.T.
NIDN 0314078801

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Resto Ayam Penyet Bu Fery Dengan Metode MARKETING MIX 4P Dan SWOT

Nama Mahasiswa : Fery Abdi Pradana

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910215081

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2023

Bekasi, 21 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Yuri Delano Regent M, S.T., M.T.
NIDN 0309098501

Penguji I : Rifda Ilahy Rosihan, S.T., M.Sc.
NIDN 0326029103

Penguji II : Ratna Suminar S, S.T., M.M.
NIDN 0314047502

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Teknik Industri

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 Meningkatkan Penjualan UMKM Resto Ayam Penyet Bu Fery dengan Metode MARKETING MIX 4P Dan SWOT.

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 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.

Jakarta, 26 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Fery Abdi Pradana

201910215081

ABSTRAK

Fery Abdi Pradana. 201910215081. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Resto Ayam Penyet Bu Fery dengan Metode *MARKETING MIX 4P* Dan SWOT.

UMKM resto ayam penyet Bu Fery merupakan usaha yang memproduksi ayam penyet dan nasi rames yang berdiri sejak tahun 2021, merupakan usaha kantin industri yang berlokasi di Summarecon Mall Bekasi. UMKM Bu Fery memiliki 5 karyawan. Permasalahan yang terjadi pada UMKM Bu Fery adalah tidak tercapainya target 10.000/bulan bungkus penjualan karena persaingan UMKM semakin ketat, dimana menurut demografi pelanggan rata-rata memiliki penilaian sehingga konsumen UMKM Bu Fery lebih memilih harga yang lebih terjangkau dan kualitas rasa yang lebih enak dan gurih. Analisis strategi pemasaran menggunakan metode bauran pemasaran 4P (Produk, Tempat, Harga, Promosi), dimana metode bauran pemasaran 4P digunakan untuk mengetahui *product* : produk berkualitas namun harga bersaing dan pengemasan produk yang aman dengan kertas nasi, *price* : memberi potongan harga apabila konsumen memesan lebih dari 50 bungkus dan membuka kesempatan pada *reseller* untuk memesan dalam jumlah yang besar, *Place* : memperbarui cara konsumen untuk memperoleh produk, kemudahan konsumen untuk menukar produk dan membuka cabang penjualan, dan *promotion* : melalui X-Banner dan melalui informasi temannya. Metode SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman), dimana metode SWOT digunakan untuk mengetahui *Strengths* : terdapat rasa yang enak dan gurih dan mempunyai pelanggan tetap, *Weakness* : kurang memantau dalam proses pembayaran, *Opportunities* : membuka cabang baru dan menambah kuantitas makanan yang dijual dan *Threats* : Selera konsumen yang berubah-ubah. Produk kepada konsumen dan pemilik UMKM Bu Fery dengan perhitungan IFAS dan EFAS. Hasil penelitian diperoleh *Strengths* 1.80 (II Diversifikasi), *Weakness* 1.10 (IV Turn Around), *Opportunity* 1.70 (I Agresive), dan *Threats* 1.30 (III Defference). Koordinat yang ditunjukkan pada grafik pada angka I adalah *Agresive*, dimana hasil ini menunjukkan bahwa produk memiliki kekuatan yang baik dan memiliki peluang yang banyak.

Kata kunci : *Marketing Mix 4P*, IFAS dan EFAS, SWOT.

ABSTRACT

Fery Abdi Pradana. 201910215081. *Analysis of Marketing Strategy to Increase Sales of UMKM Bu Fery's Ayam Penyet Resto with MIX 4P and SWOT MARKETING Methods.*

Bu Fery's Ayam Penyet restaurant MSME is a business that produces ayam penyet and rames rice which was established in 2021, is an industrial canteen business located in Summarecon Mall Bekasi. UMKM Bu Fery has 5 employees. The problem that occurs with Bu Fery's UMKM is not achieving the target of 10,000 packs of sales / month because the competition for UMKM is getting tougher, where according to customer demographics the average customer has an assessment so that Bu Fery's UMKM consumers prefer more affordable prices and better taste and tastier quality. . Marketing strategy analysis uses the 4P marketing mix method (Product, Place, Price, Promotion), where the 4P marketing mix method is used to find out the product: quality products but competitive prices and safe product packaging with rice paper, price: giving a discount when consumers order more than 50 packs and opening opportunities for resellers to order in large quantities, Place: updating the way consumers get products, making it easy for consumers to exchange products and open sales branches, and promotion: through X-Banners and through information from friends. SWOT method (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), where the SWOT method is used to determine Strengths: there is a good and tasty taste and has regular customers, Weaknesses: lack of monitoring in the payment process, Opportunities: opening new branches and increasing the quantity of food sold and Threats: Changing consumer tastes. Products for consumers and MSME owners, Bu Fery, with IFAS and EFAS calculations. The research results obtained Strengths 1.80 (II Diversification), Weakness 1.10 (IV Turn Around), Opportunity 1.70 (I Aggressive), and Threats 1.30 (III Defference). The coordinates shown on the graph in number I are Aggressive, where this result shows that the product has good strengths and has many opportunities.

Keywords : Marketing Mix 4P, IFAS and EFAS, SWOT.

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Fery Abdi Pradana
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910215081
Program Studi : Teknik Industri
Jenis Karya : Skripsi / Tesis / ~~Karya Ilmiah~~

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

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM RESTO AYAM PENYET BU FERY DENGAN METODE MARKETING MIX 4P DAN SWOT.

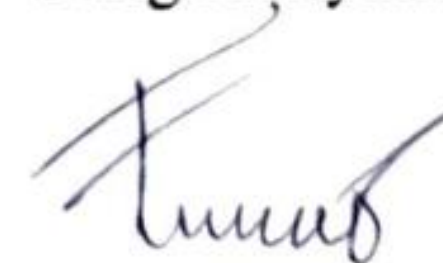
Beserta perangkat yang ada (bila diperlukan) dengan hak yang bebas royalti non-eksklusif ini. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya berhak menyimpan, mengalih *media/formatkan*, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikan dan menampilkan publikasinya di internet atau media 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 : 21 Juli 2023

Yang menyatakan,



Fery Abdi Pradana

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan karunia dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Resto Ayam Penyet Bu Fery dengan Metode MARKETING MIX 4P Dan SWOT**".

Skripsi ini dibuat dan diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana satu pada Fakultas Teknik di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Selain itu, tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memberikan pengetahuan kepada pembaca mengenai peningkatan makanan ayam penyet di UMKM Bu Fery.

Selama menyelesaikan skripsi ini, penulis menerima banyak bantuan dengan dukungan sehingga dapat menyelesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kepada Papa dan Mama Serta juga keponakan Penulis tercinta dan Nando Abdi P yang tersayang telah memberikan motivasi dan dorongannya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Irjen Pol.(Purn), Dr. Bambang Karsono, S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Tulus Sukreni, S.T., M.T. Selaku Dekan Fakultas Teknik, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Ir. Zulkani Sinaga, M.T. Selaku Ketua Jurusan Teknik Industri, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Ibu Rifda Ilahy Rosihan, S.T., M.Sc. Selaku Dosen Pendamping Akademik TID A1 Regular Pagi.
6. Ibu Ratna Suminar S, S.T., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Pertama.
7. Ibu Roberta Heni Anggit T, S.T., M.T. Selaku Dosen Pembimbing Kedua.
8. Teman-teman Penulis yang telah memberikan semangat untuk penulis dan juga kepada semua pihak yang ikut berpartisipasi dalam pembuatan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa pada skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna karena adanya keterbatasan ilmu pengetahuan serta pengalaman yang

dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, semua kritik dan saran yang bersifat membangun akan diterima oleh penulis dengan senang hati. Harapan penulis yakni, semoga skripsi yang dibuat dapat bermanfaat untuk semua pihak yang memerlukan.

Jakarta, 26 Juli 2023



Fery Abdi Pradana

201910215081



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
DAFTAR DIAGRAM.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Batasan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.7 Tempat dan Waktu Pelaksanaan.....	10

1.8	Metode Penelitian.....	10
1.9	Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI		12
2.1	Pemasaran.....	12
2.2	Strategi Pemasaran	14
2.3	<i>Marketing Mix 4P</i>	15
2.4	Manajemen Strategi.....	21
2.5	Uji Validitas	22
2.6	Uji Reliabilitas.....	23
2.7	Analisis 5W+1H.....	24
2.8	IFAS dan EFAS.....	24
2.9	Analisis SWOT (<i>Strengths, Weakneses, Opportunities, Threats</i>).....	27
2.10	Penelitian Terdahulu.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		40
3.1	Jenis Penelitian.....	40
3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.2.1	Waktu dan Lokasi Penelitian	42
3.2.2	Pengambilan Sampel.....	42
3.3	Metode Pengolahan Data.....	43
3.4	Metode Analisis Data	43
3.5	Kerangka Berpikir	45
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		46
4.1	Gambaran Umum UMKM Bu Fery	46
4.1.1	Profil UMKM Bu Fery.....	46

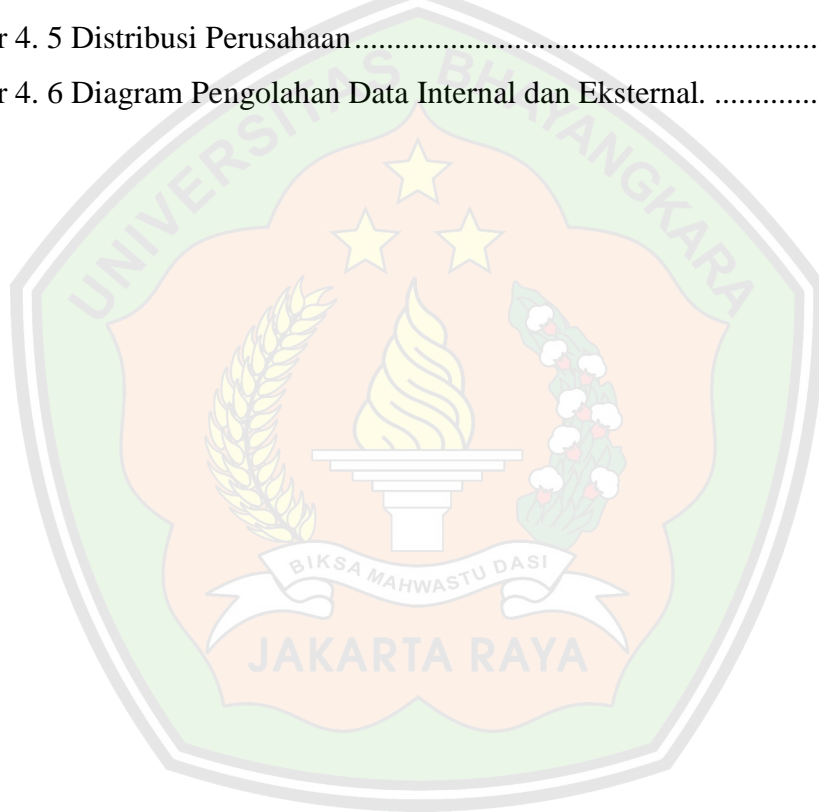
4.1.2	Visi dan Misi UMKM Bu Fery	47
4.1.3	Lokasi UMKM Bu Fery	47
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Demografi	48
4.3	Pengolahan Data	50
4.3.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	50
4.3.2	Analisis 5W+1H	51
4.3.3	IFAS dan EFAS	53
4.4	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	56
4.4.1	Produk (<i>Product</i>)	59
4.4.2	Harga (<i>Price</i>)	61
4.4.3	Distribusi (<i>Place</i>)	62
4.4.4	Promosi (<i>Promotion</i>)	62
4.5	Matriks SWOT	64
4.6	Hasil Target Penjualan	66
4.7	Pembahasan	67
BAB V PENUTUP		76
5.1	Kesimpulan	76
5.2	Saran	80
DAFTAR PUSTAKA		82
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Daftar Nama Makanan Produk Ayam UMKM Summarecon Bekasi.....	3
Tabel 1. 2 Daftar Data Biaya Produksi Pada UMKM Bu Fery.....	4
Tabel 1. 3 Data Penjualan Ayam Penyet dan Nasi Rames Tahun 2022.	5
Tabel 1. 4 Data Penjualan Pesaing Tahun 2022.....	6
Tabel 2. 1 Langkah-langkah Dalam Proses Segmentasi	16
Tabel 2. 2 IFAS (<i>Internal Factors Analysis Summary</i>)	24
Tabel 2. 3 EFAS (<i>External Factors Analysis Summary</i>)	25
Tabel 2. 4 Jurnal Penelitian.....	31
Tabel 3. 1 Pertanyaan Penilaian Konsumen.....	40
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Usia	48
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan di Mall Summarecon Bekasi	48
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Lokasi Kerja.....	49
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4. 5 Penilaian Uji Validitas	50
Tabel 4. 6 Tingkat Keandalan <i>Cronbach's Alpha</i>	51
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas	51
Tabel 4. 8 Analisis 5W+1H.....	51
Tabel 4. 9 IFAS (<i>Internal Factors Analysis Summary</i>)	53
Tabel 4. 10 EFAS (<i>External Factor Analysis Summary</i>).....	55
Tabel 4. 11 Hasil Penilaian Konsumen	57
Tabel 4. 12 Analisa Matriks SWOT.....	65
Tabel 4. 13 Target Penjualan UMKM Bu Fery.....	67
Tabel 4. 14 Hasil Penilaian Konsumen	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3. 1 Kerangka Berpikir	44
Gambar 4. 1 UMKM Bu Fery	45
Gambar 4. 2 Lokasi UMKM Bu Fery	46
Gambar 4. 3 Pengemasan Produk	59
Gambar 4. 4 Harga produk perusahaan	60
Gambar 4. 5 Distribusi Perusahaan	61
Gambar 4. 6 Diagram Pengolahan Data Internal dan Eksternal.	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Pemilik UMKM Bu Fery dan karyawan UMKM Bu Fery

Lampiran 2. Kuesioner Kosumen

Lampiran 3. Hasil Kuesioner Konsumen

