

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PRODUK
KENTANG GORENG CAVENDISH TIPE CLEAR
DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT
(STUDI KASUS DI PT. DELISARI NUSANTARA)**

SKRIPSI

Oleh :

NUGROHO KRISNA PANGESTU

201510215185



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Produk Kentang Goreng Cavendish Tipe Clear Dengan Menggunakan Metode SWOT (Studi Kasus di PT. Delisari Nusantara)

Nama Mahasiswa : Nugroho Krisna Pangestu

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510215185

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2019



Bekasi, 25 Juli 2019

MENYETUJUI,

JAKARTA RAYA

Pembimbing I

Murwan Widyantoro, M.T.

NIDN 0301048601

Pembimbing II

Tubagus Hedi Saepudin, S.T., M.M.

NIDN 0413117602

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Produk Kentang Goreng Cavendish Tipe Clear Dengan Menggunakan Metode SWOT (Studi Kasus di PT. Delisari Nusantara)

Nama Mahasiswa : Nugroho Krisna Pangestu

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510215185

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2019

Bekasi, 25 Juli 2019

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Denny Siregar, S.T., M.Sc.

NIDN 0322087201

Penguji I : Yuri Delano R.M, S.T., M.T.

NIDN 0309098501

Penguji II : Murwan Widiantoro, M.T.

NIDN 0301048601

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Teknik Industri



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

NIP 1504224

Dekan
Fakultas Teknik



Ismaniah, S.Si., M.M.

NIP 9604028

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PRODUK KENTANG GORENG CAVENDISH TIPE CLEAR DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT (STUDI KASUS DI PT. DELISARI NUSANTARA)”, 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, 25 Juli 2019

Yang membuat pernyataan,



Nugroho Krisna Pangestu

201510215185

ABSTRAK

Nugroho Krisna Pangestu. 201510215185. “Analisis Strategi Pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan pada produk kentang goreng cavendish tipe clear dengan menggunakan metode swot (Studi kasus di PT. Delisari Nusantara)”.

PT. Delisari Nusantara merupakan salah satu perusahaan yang berfokus pada pendistribusian berbagai jenis makanan, Salah satunya adalah produk kentang goreng Cavendish Tipe clear. kentang goreng Cavendish Tipe clear merupakan salah satu produk Impor dari Canada. Penjualan produk kentang goreng Cavendish Tipe clear ini masih dibawah 2 pesaing diantara 2 produk yang serupa, selama jumlah penjualan dalam 12 bulan periode maret 2018 – februari 2019. 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 “kentang goreng Cavendish Tipe clear” dalam segi pemasaran. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisa SWOT, Matriks IFAS, Matriks EFAS dan Matriks SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saat ini posisi pemasaran yang dilakukan pada penjualan produk kentang goreng Cavendish Tipe clear yaitu berada pada strategi agresif dimana perusahaan memiliki kekuatan yang besar dan peluang pasar juga lebih besar. Adapun strateginya adalah Mempromosikan besar-besaran pada produk impor kentang goreng tersebut, Memperluas pemasaran dengan cara promosi via tester agar peminat mengetahui rasa pada kentang goreng tersebut.

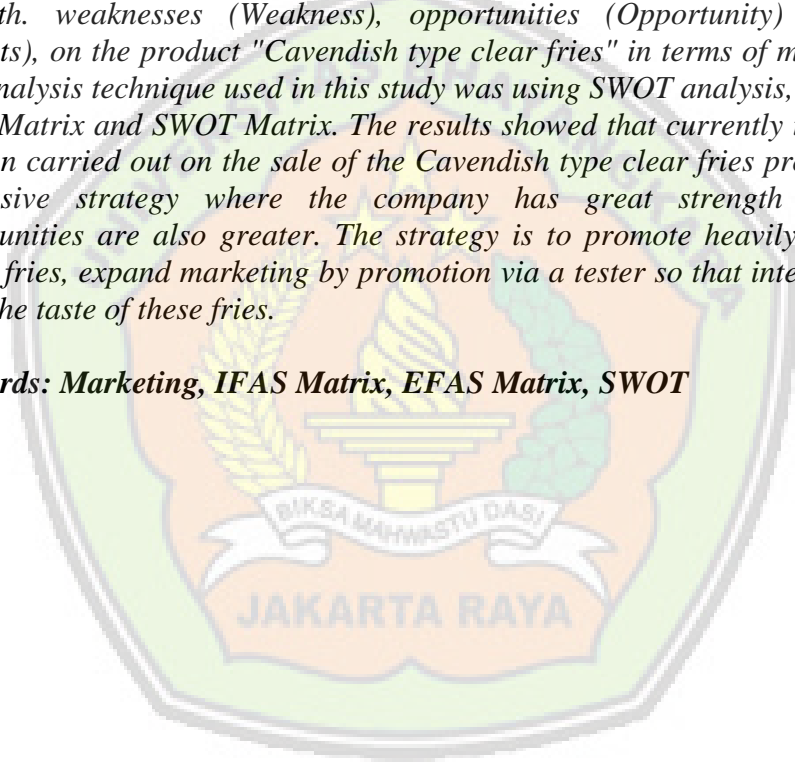
Kata Kunci: Pemasaran, Matriks IFAS, Matriks EFAS, SWOT

ABSTRACT

Nugroho Krisna Pangestu. 201510215185. *“Marketing Strategy Analysis in an effort to increase sales of clear type cavendish fried potato products using the swot method (Case study in PT. Delisari Nusantara)”*.

PT. Delisari Nusantara is one of the companies that focuses on the distribution of various types of food, one of which is the Clear Type Cavendish French Fries product. Cavendish French Fries Type clear is one of the imported products from Canada. The sale of Cavendish fries products of this clear type is still below 2 competitors among the 2 similar products, as long as the number of sales in the 12 months of March 2018 - February 2019. The purpose of the research is to determine the right marketing strategy in order to increase sales on the product and analyze the order can know the right strategies with the analysis of S-W-O-T: Strength, weaknesses (Weakness), opportunities (Opportunity) and threats (Threats), on the product "Cavendish type clear fries" in terms of marketing. The data analysis technique used in this study was using SWOT analysis, IFAS Matrix, EFAS Matrix and SWOT Matrix. The results showed that currently the marketing position carried out on the sale of the Cavendish type clear fries product is in an aggressive strategy where the company has great strength and market opportunities are also greater. The strategy is to promote heavily on imported potato fries, expand marketing by promotion via a tester so that interested people know the taste of these fries.

Keywords: Marketing, IFAS Matrix, EFAS Matrix, SWOT



**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Nugroho Krisna Pangestu

NPM : 201510215185

Program Studi : Teknik Industri

Fakultas : Teknik

Jenis Karya : Skripsi

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

“Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Produk Kentang Goreng Cavendish Tipe Clear Dengan Menggunakan Metode SWOT (Studi Kasus di PT. Delisari Nusantara)”

Beserta perangkat yang ada (bila diperlukan). Dengan hal bebas royalti non-eksklusif ini, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya berhak menyimpan, mengalih media/formatikan, mengelolanya dalam bentuk data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan/mempublikasikan 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 karya ilmiah ini menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 25 Juli 2019

Yang menyatakan,



Nugroho Krisna Pangestu

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia bagi seluruh makhluk yang ada di dalamnya, karena berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang melakukan penelitian di PT. Delisari Nusantara. Skripsi ini di ajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1 program studi Teknik Industri Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan, dorongan dan bimbingan yang telah diberikan, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Ucapan terimakasih ini 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, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi.
3. Ibu Denny Siregar, ST., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi.
4. Bapak Murwan Widyantoro, MT selaku Dosen Pembimbing 1.
5. Bapak Tubagus Hedi Saepudin, S.T., M.M selaku Dosen Pembimbing 2.
6. Ibu Helena Sitorus, ST, MT. selaku dosen pembimbing akademik.
7. Kedua orang tua, serta keluarga yang telah membantu penulis dan memberikan semangat dan Doa yang tak henti henti.
8. Bapak Andreas widianto selaku sales manager di PT. Delisari Nusantara.
9. Dosen-dosen dan seluruh staf Teknik Industri Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan arahan kepada penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada teman-teman seperjuangan Teknik Industri 2015 yang telah memberi semangat untuk mengerjakan skripsi ini.
11. Seluruh pengelola, karyawan PT. Delisari Nusantara dan karyawan outlet-outlet yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.
12. Kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyusun Skripsi ini

Masih banyak kekurangan dalam pembuatan skripsi ini, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca. Semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pembaca. Semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu melindungi dan melimpahkan rezeki kepada kita semua. Amin.

Bekasi. 25 Juli 2019



Nugroho Krisna Pangestu

201510215185



DAFTAR ISI

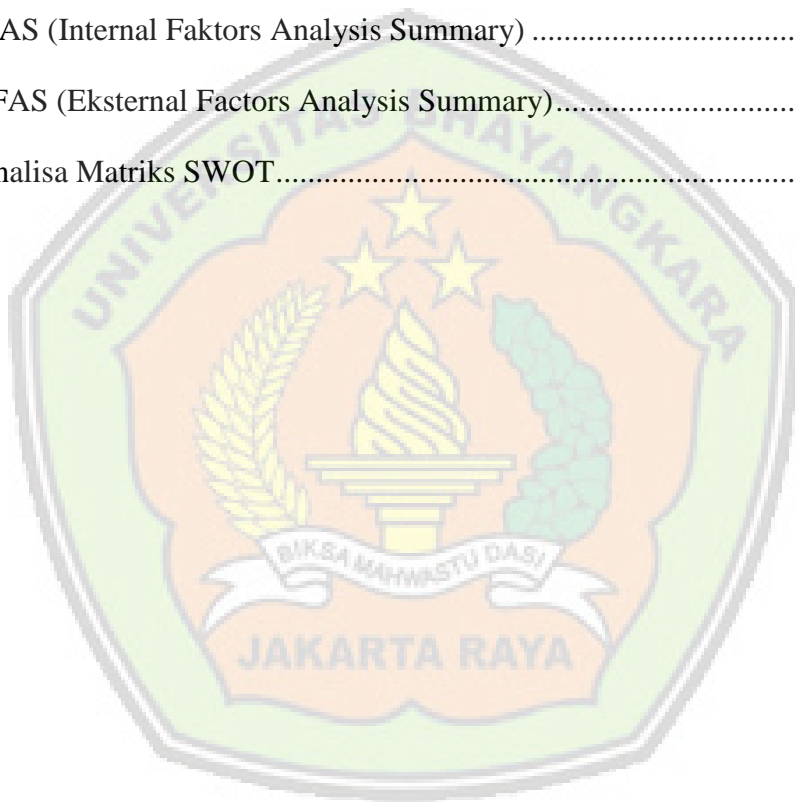
	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Rumusan Masalah	4
1.4. Batasan Masalah	4
1.5. Tujuan Penelitian	5
1.6. Manfaat Penelitian	5
1.7. Tempat dan Waktu Penelitian	6
1.8. Metode Penelitian	6
1.9. Sistematika Penulisan	7

BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1. Pemasaran	8
2.1.1. Pengertian pemasaran	8
2.1.2. Tujuan Sistem Pemasaran	11
2.1.3. Bauran Pemasaran.....	12
2.1.4. Strategi Pemasaran.....	13
2.2. Teori Strategi	15
2.2.1. Definisi Perencanaan Strategi	12
2.2.2. Tipe-tipe Strategi	20
2.3. Metode SWOT	21
2.3.1. Pengertian SWOT	21
2.3.2. Fungsi SWOT	23
2.3.3. Analisis SWOT	24
2.3.4. Tujuan Analisis SWOT.....	25
2.3.5. Manfaat Analisis SWOT.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1. Jenis Penelitian.....	34
3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.3. Jenis Data	35
3.4. Identifikasi Data.....	35
3.5. Metode Analisis Data.....	36
3.6. Kerangka Berfikir	38
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	39
4.1.1. Profil Perusahaan	39

4.2.1. Visi-Misi Perusahaan	40
4.2. Bauran Pemasaran.....	40
4.2.1. Produk.....	40
4.2.2. Distribusi	43
4.2.3. Promosi	43
4.2.4. Harga.....	44
4.3. Analisis SWOT	44
4.3.1. <i>Mapping</i> SWOT	44
4.3.2. Menentukan Matriks IFAS dan EFAS.....	49
4.3.3. Matriks SWOT.....	55
4.3.4. Hasil Usulan Analisis.....	58
BAB V PENUTUP.....	59
5.1. Kesimpulan	59
5.2. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1. Pebandingan penjualan produk Kentang Goreng Cavendish Tipe Clear dengan produk pesaing	2
2.1. Faktor Strategi Internal	28
2.2. Faktor Strategi Eksternal.....	29
2.3. Matriks SWOT.....	32
4.1. IFAS (Internal Faktors Analysis Summary)	49
4.2. EFAS (Eksternal Factors Analysis Summary).....	51
4.3. Analisa Matriks SWOT.....	55



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1. Pebandingan penjualan produk Kentang Goreng Cavendish Tipe Clear dengan produk pesaing	2
2.1. Konsep Dasar SWOT.....	26
2.2. Analisis SWOT	30
3.1. Kerangka Berpikir Penelitian.....	38
4.3. Diagram analisis SWOT	54



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran I Kuesioner Voting Internal.....	63
Lampiran II Kuesioner Voting Eksternal.....	64
Lampiran III Hasil Kuesioner Poin untuk Faktor Internal.....	65
Lampiran IV Hasil Kuesioner Poin untuk Faktor Eksternal.....	66
Lampiran V Kuesioner Bobot dan Rating Internal.....	67
Lampiran VI Kuesioner Bobot dan Rating Eksternal.....	68
Lampiran VII Hasil Nilai Bobot Internal dan Eksternal.....	69
Lampiran VIII Hasil Nilai Rating Internal dan Eksternal.....	70
Lampiran IX Gambar Produk Kentang Goreng Cavendish Tipe Clear.....	71
Lampiran IX Gambar Produk Kentang Goreng Cavendish Tipe Clear dikemasan...71	71
Lampiran X Gambar Aneka Potongan Kentang Goreng Cavendish.....	72
Lampiran XI Lembar asistensi pembimbing I.....	73
Lampiran XII Lembar asistensi pembimbing II.....	74

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1. Pebandingan penjualan produk Kentang Goreng Cavendish Tipe Clear dengan produk pesaing	2
2.1. Faktor Strategi Internal	28
2.2. Faktor Strategi Eksternal.....	29
2.3. Matriks SWOT.....	33
4.1. IFAS (Internal Factors Analysis Summary)	50
4.2. EFAS (Eksternal Factors Analysis Summary).....	52
4.3. Analisa Matriks SWOT.....	56



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1. Pebandingan penjualan produk Kentang Goreng Cavendish Tipe Clear dengan produk pesaing	2
2.1. Konsep Dasar SWOT	26
2.2. Analisis SWOT	30
3.1. Kerangka Berpikir Penelitian	39
4.3. Diagram analisis SWOT	55



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Voting Internal
2. Kuesioner Voting Eksternal
3. Hasil Kuesioner Poin untuk Faktor Internal
4. Hasil Kuesioner Poin untuk Faktor Eksternal
5. Kuesioner Bobot dan Rating Internal
6. Kuesioner Bobot dan Rating Eksternal
7. Hasil Nilai Bobot Internal dan Eksternal
8. Hasil Nilai Rating Internal dan Eksternal
9. Gambar Produk Kentang Goreng Cavendish Tipe Clear
10. Gambar Produk Kentang Goreng Cavendish Tipe Clear dikemas
11. Gambar Aneka Potongan Kentang Goreng Cavendish
12. Hasil Cek Plagiasi
13. Biodata Mahasiswa
14. Lembar Asistensi Pembimbing I & II