

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA
KECIL MENENGAH SIOMAY JAJA BANDUNG
DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN
METODE QSPM**

SKRIPSI

Oleh :

ABDUL AJIS

201710215130



PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2022

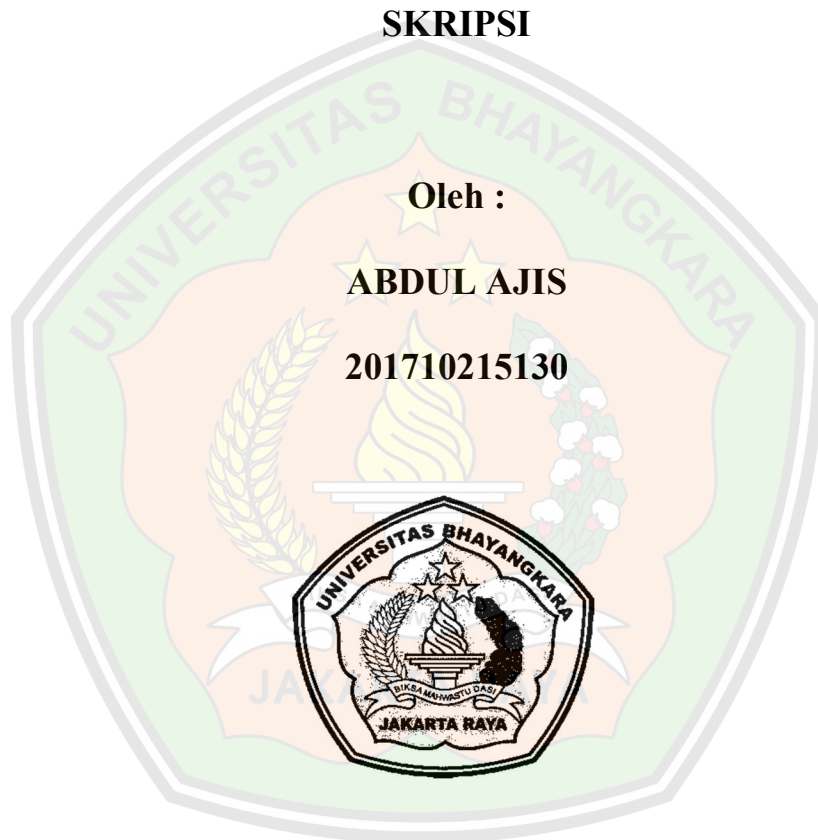
**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA
KECIL MENENGAH SIOMAY JAJA BANDUNG
DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN
METODE QSPM**

SKRIPSI

Oleh :

ABDUL AJIS

201710215130



PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2021

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil
Menengah UKM Siomay Jaja Bandung Dengan
Menggunakan Metode SWOT Dan Metode
QSPM.

Nama Mahasiswa : Abdul Ajis

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710215130

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 01 Februari 2022



Ratna Suminar, S.T, M.M.

NIDN. 0314047502

Sumanto, S.T., M.T.

NIDN. 0306056101

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil
Menengah UKM Siomay Jaja Bandung Dengan
Menggunakan Metode SWOT Dan Metode
QSPM.

Nama Mahasiswa : Abdul Ajis

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710215130

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 01 Februari 2022

Bekasi, 08 Juli 2022

MENGESAHKAN

Ketua Tim Penguji : Dr. Ismaniah, S.Si., M.M.

NIDN. 0309036503

Penguji I : Ir. Zulkani Sinaga, M.T.

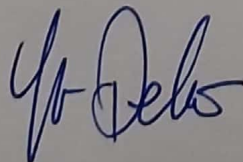
NIDN. 0331016905

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

NIDN. 0314047502

MENGETAHUI,

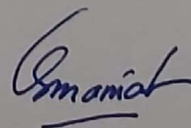
Ketua Program Studi
Teknik Industri



Yuri Delano Regent Montororing, S.T., M.T

NIDN. 0309098051

Dekan
Fakultas Teknik



Dr. Ismaniah, S.Si., M.M.

NIDN. 0309036503

LEMBAR PERNYATAAN PLAGIASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul,

“Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah Siomay Jaja Bandung Dengan Menggunakan Metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) Dan Metode QSP (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)”.

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, 1 Februari 2022

Yat,

an,



Abdul Ajis

201710215130

ABSTRAK

Abdul Ajis (201710215130), Analisis Strategi Pemasaran UKM Siomay Jaja Bandung Dengan Menggunakan Metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) Dan Metode QSPM (*Quantitative, Strategic, Planning, Matriks Matrix*).

UKM Siomay Jaja Bandung berlokasi di lokasi Pondok Ungu Permai. UKM Siomay Jaja Bandung memiliki 4 karyawan. Penelitian dilakukan berdasarkan data primer dan sekunder yang dimiliki UKM Siomay Jaja Bandung pada tahun 2019-2020. Adapun permasalahan yang ditemukan adalah adanya penurunan pada tahun 2019-2020. Maka perlu dilakukan penelitian strategi pemasaran dengan metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) untuk peningkatan penjualan UKM Siomay Jaja Bandung dengan menggunakan perhitungan IFAS dan EFAS. Maka hasil dari penelitian mendapatkan nilai dari *Strength* 1.25, *Weakness* 0.76, *Opportunities* 0.89, *Threats* 1.43. Koordinat yang menunjukkan bahwa grafik menunjukkan di II yaitu *Disverifikasi*, dimana hasil bahwa produk mempunyai kekuatan yang baik namun mempunyai ancaman yang tinggi. Nilai TAS tertinggi yaitu sebesar 8.43 yang berarti harus memanfaatkan sosial media agar produk dikenal luas dan mudah dijangkau oleh konsumen dengan menggunakan *online shop* atau *platform*, dengan metode QSPM. Dan yang terakhir pemilik UKM Siomay Jaja Bandung dengan membuka pelayanan dengan optimal setiap hari atau ketika hari libur panjang.

Kata kunci : SWOT, IFAS dan EFAS, QSPM, Alternatif Strategi

ABSTRACT

Abdul Ajis (201710215130), *Analysis of Marketing Strategy UKM Siomay Jaja Bandung Using the SWOT Method (Strength, Weakness, Opportunities, Threats) and the QSPM Method (Quantitative, Strategic, Planning, Matrix Matrix).*

Pondok Ungu Permai is home to UKM Siomay Jaja Bandung. There are four employees at UKM Siomay Jaja Bandung. In 2019-2020, the research was conducted using UKM Siomay Jaja Bandung's main and secondary data. The issue discovered was a decrease in 2019-2020. As a result, utilizing IFAS and EFAS calculations, it is important to explore marketing strategies using the SWOT approach (Strength, Weakness, Opportunities, Threats) in order to enhance sales of UKM Siomay Jaja Bandung. Thus, the study's findings are Strength 1.25, Weakness 0.76, Opportunities 0.89, and Threats 1.43. Diversification is the coordinates that the graph displays in II, and the outcome is that the product has good strength but a significant threat. The TAS value with the highest value is 8.43, , which means that you have to use social media so that products are widely known and easily reached by consumers using shops or online platforms, using the QSPM method. And finally, the owner of UKM Siomay Jaja Bandung by opening optimal services every day or during long holidays.

Keywords: SWOT, IFAS and EFAS, QSPM, Alternative Strategy



LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH BUNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Abdul Ajis
Npm : 201710215130
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-Right*). Atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah Siomay Jaja Bandung Dengan Menggunakan Metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) Dan Metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)”.

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 basis data (*database*), mendistribusikan dan menampilkan/mempublikasikan di *internet* atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu permintaan ijin 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.

Bekasi, 1 Februari 2022



Abdul Ajis

201710215130

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT. atas segala rahmat hidayat dan karunia-Nya sehingga penyusunan skripsi dengan judul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA KECIL MENENGAH SIOMAY JAJA BANDUNG MENGGUNAKAN METODE SWOT (*STRENGTH, WEAKNESS, OPPORTUNITIES, THREATS*) DAN METODE QSPM (*QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX*)”**, ini dapat terselesaikan.

Proposal Skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan Proposal Skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Irjen. Pol. (Purn), Dr. Bambang Karsono, S.H., M.H. Selaku Rektor Universitas Jakarta Raya.
2. Dr. Ismaniah, S.Si. M.M. Selaku Dekan Fakultas Teknik pada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Yuri Delano Regent M, S.T., M.T. Selaku Kaprodi Teknik Industri Universitas Bhayangkara Jakarta.
4. Iskandar Zulkarnaen, S.T., MT. Selaku Pembimbing Akademik.
5. Ratna Suminar, S.T., M.M. Selaku Pembimbing 1.
6. Sumanto, S.T., M.T. Selaku Pembimbing 2.
7. Dr. Ismaniah, S.Si. M.M. Selaku Penguji 1.
8. Ir. Zulkani Sinaga., MT. Selaku Penguji 2.
9. Kedua Orang tua penulis yang telah memberikan semangat, motivasi, do'a dan dukungannya.
10. Terima kasih kepada diri saya karena telah memberi semangat kepada diri saya sendiri untuk menyelesaikan skripsi diri saya sendiri

11. Teman-teman Angkatan 2017 yang telah memberikan dukungan terhadap saya sehingga saya dapat mengerjakan skripsi ini dengan baik.
12. *Last but no least, I want thank me, I want thank me for believing in me, I want thank me for doing all this hard work, I want thank me for doing all this hard work, I want thank me for not having a day off, I want thank me for never stopping, I want thank me for always being a giver, and try to give more than i receive, I want thank me for trying to do more right than wrong, I wanna thank me for being me all the time*

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih banyak sekali kekurangan-kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran akan penulis terima dengan senang hati. Akhir kata penulis berharap agar Proposal Skripsi ini dapat memberikan manfaat yang sangat besar.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.



Bekasi, 1 Februari 2021

Abdul Ajis

2017.10.215.130

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PLAGIASI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Batasan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Tempat Dan Waktu Penelitian	11
1.7 Sistematika Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Usaha Kecil Menengah (UKM)	13
2.2 Strategi	13
2.2.1 Macam Strategi Perusahaan	15
2.3 Pemasaran	19
2.3.1 Tujuan Pemasaran	20
2.3.2 Strategi Pemasaran	21
2.4 <i>Strength – Weakness – Opportunities – Threats (SWOT)</i>	24
2.5 Uji Validitas	26

2.5.1	Uji Validitas	26
2.5.2	Kriteria Pengujian Validitas	26
2.6	Uji Reliabilitas	27
2.7	Tahapan Dalam Analisis SWOT	27
2.8	<i>Matriks Quantitative Strategic Planning (QSPM)</i>	33
2.6	Keistimewaan QSPM	35
2.6	Keterbatasan QSPM	36
2.6	Populasi Sampel	36
2.6	Penelitian Terdahulu	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		43
3.1	Jenis Penelitian	43
3.2	Objek Penelitian	43
3.3	Jenis Data	44
3.4	Metode Pengumpulan Data	44
3.5	Metode Analisis Data	48
3.6	Kerangka Berpikir Penelitian	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		52
4.1	Pengumpulan Data	52
4.1.1	Data Umum Usaha UKM Siomay Jaja Bandung	52
4.2	Penyajian Data Pembahasan	53
4.3	Uji Validitas Dan Uji Validitas	55
4.4	Uji Validitas	55
4.5	Uji Reliabilitas	60
4.6	Analisis SWOT Pada UKM Siomay Jaja Bandung	63
4.7	<i>Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)</i>	73
4.8	Pembahasan	81
BAB V PENUTUP		86
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Saran	88
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Nominal Pengeluaran Perbulan.....	4
Tabel 1. 2 Data Penjualan UKM Siomay Jaja Bandung	5
Tabel 1. 3 Data Pesaing.....	8
Tabel 2. 1 Matriks SWOT.....	30
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3. 1 Kuesioner UKM Siomay Jaja Bandung	46
Tabel 4. 1 Latar Belakang Populasi	53
Tabel 4. 2 Latar Belakang Sampel	54
Tabel 4. 3 Uji Validitas <i>Strength</i>	56
Tabel 4. 4 Uji Validitas <i>Weakness</i>	57
Tabel 4. 5 Uji Validitas <i>Opportunities</i>	58
Tabel 4. 6 Tingkat Keandalan <i>Cronchbach's Alpha</i>	59
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas <i>Strength</i>	60
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas <i>Weakness</i>	61
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas <i>Opportunities</i>	61
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas <i>Threats</i>	62
Tabel 4.11 IFAS (<i>Internal Factor Analisis Summary</i>) Pada UKM Siomay Jaja Bandung	62
Tabel 4.12 EFAS (<i>Eksternal Factor Analisis Summary</i>) Pada UKM Siomay Jaja Bandung	63
Tabel 4.13 Matriks SWOT Pada UKM Siomay Jaja Bandung	64
Tabel 4.14 Tabel QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning</i>) Strategi S-O	71
Tabel 4.15 Tabel QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning</i>) Strategi S-T	73
Tabel 4.16 Tabel QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning</i>) Strategi W-O	74
Tabel 4.17Tabel QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning</i>) Strategi W-T	76
Tabel 4.18 Tabel QSPM <i>Alternative Strategic</i>	77
Tabel 4.19 Tabel QSPM <i>Alternative Strategic</i>	70
Tabel 4.20 Tabel <i>Alternative Strategic</i>	84

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Grafik Total Penjualan UKM Siomay Jaja Bandung Tahun 2019.....	7
Gambar 1.2 Grafik Total Penjualan UKM Siomay Jaja Bandung Tahun 2020.....	9
Gambar 2.1 Model Sederhana Pemasaran.....	15
Gambar 2.2 Diagram Analisis SWOT.....	15
Gambar 3.1 Kerangka Berpikir Penelitian.....	18
Gambar 4.1 Diagram Latar Belakang Sampel.....	25
Gambar 4.2 Diagram Matriks SWOT.....	26



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Uji Validitas
3. *Focus Group Discussion*
4. Hasil Kuesioner Responden
5. Dokumentasi

