

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN MAKANAN RINGAN
BAKSO GORENG DI UKM SGG DENGAN METODE
SWOT DAN QSPM**

SKRIPSI

OLEH :

NABILA ADIKAMILA

201810215154



PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2022

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran untuk
Meningkatkan Penjualan Makanan Ringan
Bakso Goreng di UKM SGG dengan Metode
SWOT dan QSPM

Nama Mahasiswa : Nabila Adikamila

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810215154

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 Juli 2022

Bekasi, 21 Juli 2022

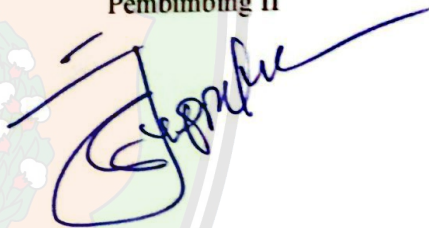
MENYETUJUI,

Pembimbing I



Dr. Tyastuti Sri Lestari, S.Si., M.M.
NIDN 0327036701

Pembimbing II



Jasan Supratman, S.T., M.T.
NIDN 0316048204

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran untuk
Meningkatkan Pejualan Makanan Ringan Bakso
Goreng di UKM SGG dengan Metode SWOT
dan QSPM

Nama Mahasiswa : Nabila Adikamila

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810215154

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 Juli 2022

Bekasi, 21 Juli 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Ismaniah, S.Si., M.M.
NIDN 0309036503

Penguji I : Denny Siregar, S.T., M.Sc.
NIDN 0322087201

Penguji II : Dr. Tyastuti Sri Lestari, S.Si., M.M.
NIDN 0327036701

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Teknik Industri

Dekan
Fakultas Teknik

Yuri Delano Regent Montororing, S.T., M.T.
NIDN 0309098501

Dr. Ismaniah, S.Si., M.M.
NIDN 0309036503

ABSTRAK

Nabila Adikamila. 201810215154. Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Bakso Goreng Pada UKM SGG Dengan Metode SWOT dan QSPM.

UKM SSG merupakan usaha yang memproduksi bakso goreng yang berdiri sejak tahun 2013, merupakan usaha home industri yang berlokasi di Kota Bekasi. UKM makanan ringan memiliki 3 karyawan. Permasalahan yang terjadi pada UKM makanan ringan adalah tidak tercapainya target penjualan UKM karena persaingan UKM yang semakin ketat, dimana konsumen makanan ringan lebih memilih harga yang lebih murah. Analisis strategi pemasaran menggunakan metode SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), dimana metode SWOT digunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman produk kepada konsumen dan pemilik UKM dengan menggunakan perhitungan IFAS dan EFAS. Mengetahui Keunggulan Produk Bakso Goreng Merk "X". Mengetahui Kelemahan Produk Bakso Goreng Merk "X". Mengetahui Peluang pada produk makanan ringan merk "X". Mengetahui Ancaman terhadap produk makanan ringan merk "X". Hasil penelitian diperoleh Strengths 2 (II Diversification), Weaknesses 1.5 (IV Turn Around), Opportunities 2 (I Aggressive), dan Threats 2.5 (III Diversification). Koordinat yang ditunjukkan pada grafik pada angka II adalah diversifikasi, dimana hasil ini menunjukkan bahwa produk memiliki kekuatan yang baik tetapi memiliki ancaman yang cukup tinggi. Nilai TAS tertinggi sebesar 7,20 yang artinya harus melakukan diskon dengan menggunakan metode QSPM. Dan terakhir, pemilik UKM mengikuti tren agar mudah diterima oleh anak muda.

Kata kunci: SWOT, Bakso Goreng, IFAS, EFAS, QSPM.

ABSTRACT

Nabila Adikamila. 201810215154. *Analysis of Marketing Strategies to Increase Sales of Fried Meatballs in sMEs SGG with SWOT and QSPM Methods*

UKM Snack is a business that produces fried meatballs which was established in 2013, is a home industry business located in Bekasi City. SME Snack has 3 employees. The problem that occurs in snack food SMEs is that the sales target of SMEs is not achieved because the competition for SMEs is getting tougher, where where are the snack consumers prefers lower prices. Marketing strategy analysis uses the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) method, where the SWOT method is used to determine the strengths, weaknesses, opportunities and threats of products to consumers and SME owners using IFAS and EFAS calculations. Knowing the Advantages of "X" brand snack products. Knowing the Weaknesses of "X" brand snack products. Knowing the Opportunities in the "X" brand snack products. Knowing the Threats to the "X" brand of snack products. The results of the study obtained Strengths 2 (II Diversification), Weaknesses 1.5 (IV Turn Around), Opportunities 2 (I Aggressive), and Threats 2.5 (III Diversification). The coordinates shown in the graph in number II are diversification, where this result shows that the product has good strength but has a fairly high threat. Determine the highest TAS value of 7.20, which means you have to make a discount, using the QSPM method. And lastly, SME owners follow the trend to be easily accepted by young people.

Keywords: SWOT, Fried Meatballs, IFAS, EFAS, QSPM.

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Nabila Adikamila
Nomor Pokok Mahasiswa : 201810215154
Program Studi : Teknik Industri
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 yang berjudul:

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN MAKANAN RINGAN BAKSO GORENG DI UKM SGG DENGAN METODE SWOT DAN QSPM

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 sebagai 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 2022

Yang menyatakan,



Nabila Adikamila

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 Makanan Ringan Bakso Goreng di UKM SGG dengan Metode SWOT dan QSPM"**.

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 bakso goreng di UKM.

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

1. Bapak Irjen Pol.(Purn), Dr. Bambang Karsono, S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Ismaniah, S.Si., M.M. Selaku Dekan Fakultas Teknik, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Yuri Delano Regent Montororing, S.T., M.T. Selaku Ketua Program Studi Teknik Industri, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Jasan Supratman, S.T., M.T. Selaku Dosen Pendamping Akademik TID A3 Regular Pagi.
5. Ibu Dr. Tyastuti Sri Lestari, S.Si., M.M Selaku Dosen Pembimbing Pertama.
6. Bapak Jasan Supratman, S.T., M.T. Selaku Dosen Pembimbing Kedua.
7. Kepada Papa dan Almh.Mama Serta Kaka-kaka juga keponakan Penulis tercinta dan Alwi Achmad yang tersayang telah memberikan motivasi dan dorongannya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

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.

Bekasi, 16 Maret 2022



Nabila Adikamila
201810215154

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	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR GRAFIK	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Batasan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.7 Tempat dan Waktu Pelaksanaan.....	9
1.8 Metode Penelitian	9
1.9 Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Pemasaran	11
2.2 Strategi	13
2.3 Definisi Manajemen Strategi.....	15
2.4 Definisi Analisis SWOT	18
2.5 Faktor Penting Dalam Analisis SWOT	19
2.6 Pengembangan Produk.....	20

2.6.1	Proses pengembangan produk	22
2.6.2	Strategi pengembangan produk.....	25
2.7	Kuesioner	25
2.8	Uji Validitas	27
2.9	Uji Reliabilitas.....	27
2.10	IFAS dan EFAS	28
2.11	QSPM (<i>Quantitative Strategi Planning Matrix</i>)	30
2.12	Bakso Ikan.....	31
2.13	Penelitian Terdahulu	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		36
3.1	Jenis Penelitian	36
3.2	Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	36
3.2.1	Waktu dan Lokasi Penelitian	37
3.2.2	Metode Pengumpulan Data.....	37
3.2.3	Pengambilan Sampel	37
3.3	Kerangka Berpikir	40
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		41
4.1	Sejarah Perusahaan	41
4.2	Analisis Lingkungan.....	42
4.2.1	Usaha Lingkungan <i>Internal</i>	42
4.2.2	Usaha Lingkungan Eksternal	45
4.3	Pengolahan Data	46
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
4.4	Analisa Data <i>SWOT</i>	48
4.4.1	Kuesioner riset <i>SWOT</i>	48
4.4.2	Analisis strategi internal dan eksternal.....	49
4.4.3	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	56
4.4.4	Kekuatan dan kelemahan produk.....	59
4.4.5	Peluang dan ancaman	59
4.4.6	Internal eksternal matriks	60
4.4.7	Formulasi strategi.....	62
4.4.8	Rencana pengembangan	63
4.5	<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM).....	64

4.6	Pembahasan.....	68
BAB V PENUTUP		73
5.1	Kesimpulan.....	73
5.1	Saran	75
DAFTAR PUSTAKA.....		76
LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Produk Makanan Ringan Bakso Goreng di Kota Bekasi	2
Tabel 1. 2 Penjualan Bakso goreng Bakso Goreng "X" Tahun 2021.	5
Tabel 2. 1 Jurnal Penelitian	32
Tabel 4. 1 Penjualan Bakso goreng	43
Tabel 4. 2 Penjualan Satu Tahun per Kota.....	44
Tabel 4. 3 Penilaian Validitas.....	46
Tabel 4. 4 Tingkat Keandalan <i>Cronbach's Alpha</i>	47
Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas	47
Tabel 4. 6 Analisis SWOT pada UKM Bakso goreng.	49
Tabel 4. 7 IFAS (<i>Internal Factor Analisis Summary</i>) pada UKM Bakso goreng	51
Tabel 4. 8 EFAS (<i>Eksternal Factor Analisis Summary</i>) pada UKM Bakso goreng.....	53
Tabel 4. 9 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4. 10 Hasil Penilaian Kuesioner Konsumen	57
Tabel 4. 11 Matriks SWOT pada UKM Bakso goreng.....	61
Tabel 4. 12 QSPM Strategi S-O	65
Tabel 4. 13 QSPM Strategi S-T.....	66
Tabel 4. 14 QSPM Strategi W-O.....	66
Tabel 4. 15 QSPM Strategi W-T	67
Tabel 4. 16 Alternatif Strategi.....	68
Tabel 4. 17 Alternatif Strategi.....	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3. 1 Rumus Uji Validitas.....	38
Gambar 3. 2 Rumus Uji Reliabilitas	39
Gambar3.3 Kerangka Berpikir.....	40
Gambar 4. 1 Diagram Pengolahan Data Internal dan Eksternal.....	54



DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 1. 1 Data Perkembangan Penjualan Makanan Ringan.....	3



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Konsumen
2. *Focus Group Discussion*

