

**ANALISA STRATEGI PEMASARAN PADA IKM ROTI
GANTO GUNA MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN**

SKRIPSI

Oleh:
HANAH LUPTIYAH
201810215242



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisa Strategi Pemasaran Pada IKM Roti Ganto Guna
Meningkatkan Volume Penjualan
Nama Mahasiswa : Hanah Luptiyah
Nomor Pokok Mahasiswa : 201810215242
Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2022

Bekasi, 25 Juli 2022.

MENYETUJUI,

Pembimbing I



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

Pembimbing II



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

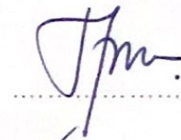
LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisa Strategi Pemasaran Pada IKM Roti Ganto Guna
Meningkatkan Volume Penjualan
Nama Mahasiswa : Hanah Luptiyah
Nomor Pokok Mahasiswa : 201810215242
Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2022

Bekasi, 25 Juli 2022

MENGESAHKAN

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



Penguji I : Dr. Ismaniah, S.Si., M.M.
NIDN 0309036503



Penguji II : Yuri Delano Regent Montororing, S.T., M.T.
NIDN 0309098501



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Teknik Industri



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

Dekan
Fakultas Teknik



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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul,

“Analisa Strategi Pemasaran Pada IKM Roti Ganto Guna Meningkatkan Volume Penjualan”.

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.

Bekasi, 15 Juli 2022
Yang membuat pernyataan,



Hanah Luptiyah
201810215242

ABSTRAK

Hanah Luptiyah. 201810215242. Analisa Strategi Pemasaran Pada IKM Roti Ganto Guna Meningkatkan Volume Penjualan.

Penelitian ini tentang menurunnya volume penjualan pada IKM Roti Ganto. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi apa saja faktor yang menyebabkan terjadinya penurunan volume penjualan dan mencari posisi usaha dengan matriks duncan serta menentukan alternatif apa saja yang bisa digunakan untuk mengatasinya. Hasil dari analisa dengan menggunakan metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threats*) yaitu terdapat faktor internal dan eksternal yaitu seperti produk yang tidak terlalu dikenal masyarakat dan sistem penjualan yang masih tradisional lalu dengan matriks duncan dilakukan pengidentifikasian posisi relatif IKM Roti Ganto maka didapatkan posisi IKM Roti Ganto dengan tingkat ketidakpastian agak tinggi itu artinya tingkat penjualan produk masih minim sehingga menyebabkan penjualan produk yang tidak memenuhi target penjualan. Pada tahapan akhir dilakukan penentuan strategi perbaikan dengan menggunakan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*), hasil yang didapatkan dari tahapan QSPM ialah IKM Roti Ganto harus menerapkan strategi perbaikan dengan score paling besar untuk QSPM strategi S-O didapatkan 6,70 dengan analisis strategi meningkatkan pelayanan yang baik untuk mempertahankan loyalitas konsumen, QSPM strategi S-T didapatkan 8,50 yaitu seperti menjual produk pada media digital seperti Shopee Food dan Grab Food, QSPM srategi W-T didapatkan hasil 5,60 dengan analisis strategi memperluas jaringan pasar, dan pada QSPM strategi W-O dengan total nilai yang paling kecil yaitu 2,35 dengan analisis strategi memperbarui teknologi yang. Dengan menggunakan hasil dari metode perbaikan QSPM IKM Roti Ganto dapat menentukan strategi apa yang harus didahulukan untuk dilakukan perbaikan berdasarkan score dari tiap – tiap alternatif strategi.

Keyword: Strategi pemasaran, Analisis SWOT, QSPM, Matriks duncan

ABSTRACT

Hanah Lutpiyah. 201810215242. *Analysis of Marketing Strategy for IKM Roti Ganto to Increase Sales Volume*

This research is about the declining sales volume in Roti Ganto IKM. This study aims to identify what factors cause a decrease in sales volume and find a business position with Duncan's matrix and determine what alternatives can be used to overcome it. The results of the analysis using the SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, and Threats) method, namely there are internal and external factors, such as products that are not well known to the public and a traditional sales system. The position of the Roti Ganto IKM with a rather high level of uncertainty means that the level of product sales is still minimal, causing product sales that do not meet sales targets. In the final stage, the improvement strategy was determined using the QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix), the results obtained from the QSPM stage were that IKM Roti Ganto had to implement an improvement strategy with the largest score for the QSPM S-O strategy obtained 6.70 with strategy analysis to improve good service To maintain consumer loyalty, the QSPM of the S-T strategy was 8.50, namely, such as selling products on digital media such as Shopee Food and Grab Food, the QSPM of the W-T strategy was 5.60 with an analysis of the strategy to expand the market network, and the QSPM of the W-O strategy with a total value of 5. the smallest is 2.35 with a strategy analysis of updating the technology. By using the results of the QSPM IKM Roti Ganto improvement method, it is possible to determine what strategy should be prioritized for improvement based on the score of each alternative strategy.

Keyword: Marketing strategy, SWOT analysis, QSPM, Matriks Duncan

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Hanah Luptiyah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810215242

Program Studi : Teknik Industri

Jenis Karya : Skripsi

Dengan pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Hak bebas non-Eksklusif, atas skripsi yang berjudul:

ANALISA STRATEGI PEMASARAN PADA IKM ROTI GANTO GUNA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

Beserta perangkat yang ada (bila dibutuhkan) dengan hak yang bebas royalti non-eksklusif ini. Universitas Jakarta Raya berhak menyimpan, mengalih media, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan dan menampilkan publikasi di internet 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.

Bekasi, 15 Juli 2022

Yang menyatakan,



Hanah Luptiyah
201810215242

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur selalu dipanjatkan kepada ALLAH SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, kasih sayang dan hidayah nya sehingga skripsi yang berjudul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA IKM ROTI GANTO GUNA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN” ini dapat terselesaikan. Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah yang maha kuasa untuk segala izin dan rahmat-Nya.
2. Ibu dan ayah saya yang selalu mendukung serta mendoakan setiap saat.
3. Kepada diri sendiri yang sudah mau berjuang untuk menyelesaikan segala proses perkuliahan dari awal hingga akhir.
4. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Ibu Dr. Ismaniah, S.Si., M.M. Selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
6. Bapak Yuri Delano Regent Montororing, S.T., M.T. Selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
7. Bapak Yuri Delano Regent Montororing, S.T., M.T. Selaku Dosen Pembimbing I skripsi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan dukungan serta motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Ibu Ratna Suminar S, S.T., M.M. Selaku Dosen Pembimbing II skripsi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan dukungan serta motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada Seto Nurdianto sebagai partner yang telah menemani dan memotivasi saya secara khusus dalam melakukan penelitian ini.
10. Kepada teman-teman Vira Safitri, Shahrani Tri Maulina, Yosi Amalia, Rischah Fahira Danis, yang selalu mendukung dan membantu saya dalam melakukan penelitian ini.
11. Rekan-rekan BUKAN GENG NERO Angkatan 2018 yang selalu mendukung

dan memberikan arahan selama saya melakukan skripsi.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat bagi kita semua, Aamiin Ya Rabbal Alamin

Bekasi, 25 Juni 2022



Hanah Luptiyah

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
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Batasan Masalah	4
1.5 Tujuan Penelitian	4
1.6 Manfaat Penelitian.....	5
1.7 Tempat dan Waktu Penelitian	5
1.8 Metode Penelitian	5
1.9 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Pemasaran	7
2.1.1 <i>Segmentation</i>	7
2.1.2 <i>Targeting</i>	8
2.1.3 <i>Positioning</i>	8

2.2	Tujuan Pemasaran	9
2.3	Bauran Pemasaran	9
2.4	Strategi Pemasaran	11
2.5	Tujuan Strategi Pemasaran	11
2.6	Analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunity, and Threat</i>)	12
2.6.1	Langkah – Langkah Dalam Analisis SWOT	12
2.6.2	Matriks IFAS dan EFAS	13
2.6.3	Matriks SWOT	15
2.6.4	Uji Validitas	17
2.6.5	Uji Reabilitas	18
2.7	QSPM	18
2.8	Matriks Duncan	19
2.9	Peneliti terdahulu	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		24
3.1	Jenis Penelitian	24
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	24
3.3	Metode Pengumpulan Data	24
3.4	Populasi dan Sampel	25
3.4.1	Populasi	25
3.4.2	Sampel	25
3.5	Teknik Pengolahan Data	26
3.6	Data Kuesioner	27
3.7	Kerangka Berpikir	28
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		29
4.1	Gambaran Perusahaan	29
4.2	Produk Yang Dipasarkan	29
4.3	Analisis Situasi	30
4.4	Analisis SWOT	31
4.4.1	Analisa Kesempatan Pasar	31
4.4.2	Analisa Lingkungan Internal	31
4.4.3	Analisa Lingkungan Eksternal	32
4.5	Data Hasil Kuesioner	33
4.6	SPSS 26 For Windows	34
4.6.1	Uji Validitas	34

4.6.2	Uji Reabilitas	35
4.7	Matriks IFAS dan EFAS	35
4.6.1	Matriks <i>Internal Factor Analysis Summary</i>	36
4.6.2	Matriks <i>External Factor Analysis Summary</i>	37
4.8	Matriks SWOT	40
4.9	Matriks <i>Duncan</i>	41
4.10	<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM).....	43
4.11	Analisa Hasil dan Pembahasan	49
4.12	Penetapan VOSTA	51
BAB V	PENUTUP.....	53
5.1	Kesimpulan.....	53
5.2	Saran	54
DAFTAR PUSTAKA.....		55
LAMPIRAN.....		1
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. 1 Perbedaan Faktor Internal dan Eksternal IKM Roti Ganto.....	2
Tabel 1. 2 Data Penjualan 5 Tahun terakhir.....	2
Tabel 2. 1 Matriks IFAS	13
Tabel 2. 2 Matriks EFAS	14
Tabel 2. 3 Matriks SWOT	15
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas IKM Roti Ganto	34
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reabilitas IKM Roti Ganto.....	35
Tabel 4. 3 Hasil IFAS IKM Roti Ganto	37
Tabel 4. 4 Hasil IFAS IKM Roti.....	38
Tabel 4. 5 Matriks SWOT	41
Tabel 4. 6 Hasil Peringkat Alternatif Strategi.....	48
Tabel 4. 7 Peringkat QSPM	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Matriks SWOT	16
Gambar 3. 1 Data rancangan Kuesioner	27
Gambar 3. 2 Kerangka Berpikir	28
Gambar 4. 1 Data Hasil Kuesioner	33
Gambar 4. 2 Diagram SWOT	39
Gambar 4. 3 Hasil dari Matriks Duncan	43
Gambar 4. 4 QSPM strategi S-O.....	44
Gambar 4. 5 <i>QSPM Strategi S-T</i>	45
Gambar 4. 6 QSPM strategy W-O	46
Gambar 4. 7 QSPM Strategi W-T	47

DAFTAR LAMPIRAN

1. SPSS 26 *for windows*
2. Rancangan Kuesioner
3. Data Hasil Kuesioner