

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUKSI TAHU
MENGUNAKAN KOMBINASI METODE SWOT
DAN AHP DI UKM TAHU TAMBUN SELATAN**

SKRIPSI

**Oleh:
SHELLY SALIMA
201810215263**



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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Untuk
Meningkatkan Penjualan Pada Produksi
Tahu Menggunakan Kombinasi Metode
SWOT Dan AHP Di UKM Tahu Tambun
Selatan

Nama Mahasiswa : Shelly Salima

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810215263

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Sidang Skripsi : 18 Juli 2022

Bekasi, 23 Juli 2022

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Roberta Heni Anggit Tanisri, S.T., M.T.

Jasan Supratman, S.T., M.T.

NIDN 0314078801

NIDN 0316048204

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran
Untuk Meningkatkan Penjualan Pada
Produksi Tahu Menggunakan Kombinasi
Metode SWOT Dan AHP Di UKM Tahu
Tambun Selatan

Nama Mahasiswa : Shelly Salima

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810215263

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Sidang Skripsi : 18 Juli 2022

Bekasi, 23 Juli 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Erwin Barita Maniur Tambunan, S.T., M.T.

NIDN 0315127601

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

NIDN 0322087201

Penguji II : Roberta Heni Anggit Tanisri, S.T., M.T.

NIDN 0314078801

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 :

Analisis strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Produksi Tahu Menggunakan Kombinasi Metode SWOT Dan AHP Di UKM Tahu Tambun Selatan

Skripsi ini adalah merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung bahan karangan orang lain selain dari referensi yang sumbernya telah ditulis secara jelas sesuai dengan pedoman penulisan karya ilmiah.

Jika dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam penulisan karya ilmiah ini, saya akan menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai 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, 22 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,

Shelly Salima

ABSTRAK

Shelly Salima. 201810215263. Analisis strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Produksi Tahu Menggunakan Kombinasi Metode SWOT Dan AHP Di UKM Tahu Tambun Selatan.

Tahu merupakan makanan yang murah dan bergizi yang disukai oleh masyarakat dari berbagai kalangan dan tidak ada batasan usia. Industri tahu yang berkembang di masyarakat berupa industri kecil, salah satunya adalah UKM Tahu Tambun Selatan. UKM Tahu Tambun Selatan menjual 3 jenis tahu yaitu tahu potong, tahu jambe, dan tahu goreng. Penjualan tahu potong mengalami penurunan pada bulan oktober sampai bulan desember, sedangkan untuk tahu jambe mengalami penurunan pada bulan juli, november sampai bulan desember dan penjualan tahu ini masih dibawah 2 pesaing pada periode Mei 2021 sampai dengan April 2022. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dan untuk mengetahui strategi pemasaran yang sebaiknya diterapkan pada UKM Tahu Tambun Selatan. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan analisis SWOT, diagram SWOT, matriks SWOT dan AHP. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UKM Tahu Tambun Selatan berada pada kuadran I yaitu bahwa perusahaan dapat memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dan memaksimalkan semua peluang terutama dengan mencoba memperluas usaha. Sedangkan hasil dari analisis AHP didapat 5 alternatif strategi antara lain pemasaran produk melalui media sosial dengan prioritas 1, produk murah dengan prioritas 2, bebas bahan kimia dengan prioritas 3, memanfaatkan pelanggan tetap atau lama dengan prioritas 4, membuat nama produk dengan prioritas 5.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, AHP

ABSTRACT

Shelly Salima. 201810215263. *Analysis of Marketing Strategy to Increase Sales of Tofu Production Using a Combination of SWOT and AHP Methods in South Tambun Tofu SMEs.*

Tofu is a cheap and nutritious food that is liked by people from all walks of life and there is no age limit. The tofu industry that is developing in the community is in the form of a small industry, one of which is the South Tambun Tofu SMEs. South Tambun Tofu SMEs sells 3 types of tofu, namely cut tofu, jambe tofu, and fried tofu. Sales of cut tofu decreased from October to December, while tofu jambe decreased in July, November to December and sales of this tofu were still below 2 competitors in the period May 2021 to April 2022. The purpose of this study is to identify internal and external factors and to determine the marketing strategy that should be applied to South Tambun Tofu SMEs. This study uses a SWOT analysis approach, SWOT diagrams, SWOT matrix and AHP. The results of the study show that the South Tambun Tofu SMEs is in quadrant I, namely that the company can take advantage of its strengths and maximize all opportunities, especially by trying to expand its business. While the results of the AHP analysis obtained 5 alternative strategies, including product marketing through social media with priority 1, cheap products with priority 2, chemical free with priority 3, utilizing regular or old customers with priority 4, making product names with priority 5.

Keywords: Marketing Strategy, SWOT Analysis, AHP

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Shelly Salima
NPM : 2018102151263
Fakultas/Program Studi : Teknik/Teknik Industri
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Hak bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-Exklusif Royalty-Free Right), untuk karya ilmiah saya yang berjudul:

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUKSI TAHU MENGGUNAKAN KOMBINASI METODE SWOT DAN AHP DI UKM TAHU TAMBUN SELATAN

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan), dengan hak bebas royalti non-eksklusif ini, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya memiliki hak istimewa untuk menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (data base), mendistribusikannya dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta 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.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : BEKASI

Pada Tanggal : 22 Juli 2022

Yang menyatakan,



Shelly Salima

201810215263

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas ke hadirat Tuhan yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, kasih sayang dan hidayahnya kepada kita semua. Sehingga penulis dapat melaksanakan serta menyelesaikan penulisan laporan skripsi yang berjudul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUKSI TAHU MENGGUNAKAN KOMBINASI METODE SWOT DAN AHP DI UKM TAHU TAMBUN SELATAN”** dengan tepat waktu dan baik. Penyusunan skripsi ini dibuat dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan kelulusan untuk memperoleh gelar pada program studi S1 Teknik Industri, Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dalam melaksanakan dan menyusun laporan skripsi penulis mendapatkan saran, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak sehingga dapat menyelesaikan laporan skripsi ini. Oleh karena itu dengan segenap hati Penulis menyatakan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof., Dr., Drs., Bambang Karsono., S.H., M.M sebagai Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Ismaniah, S.Si., M.M sebagai Dekan Fakultas Teknik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Yuri Delano Regent M, S.T., M.T sebagai Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Roberta Heni Anggit Tanisri, S.T, M.T sebagai Dosen Pembimbing I yang telah memberikan saran dan nasehat dengan sabar dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Jasan Supratman, S.T., M.T sebagai Dosen Pembimbing II yang telah memberikan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
6. Kedua orangtua saya yang selalu membuat saya bersemangat dalam melanjutkan studi pendidikan Strata Satu (S1).
7. Teman-teman Teknik Industri khususnya Risti Amalia, Mochammad Kevin Alfysyachrin.

8. Sahabat saya yang bernama Sarah yang selalu memberi support kepada saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan dan motivasi dalam penulisan laporan skripsi.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan laporan ini. Semoga laporan ini bermanfaat bagi semua pembaca dan semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu melindungi serta memberi manfaat pada kita semua.

Bekasi, 22 Juli 2022



Shelly Salima

201810215263



DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN	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	8
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Batasan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.7 Tempat dan Waktu Penelitian	9
1.8 Teknik Pengumpulan Data	9
1.9 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Pengertian Pemasaran.....	12

2.2	Konsep Dasar Pemasaran	12
2.3	Pengertian Strategi	14
2.4	Pengertian Strategi Pemasaran	14
2.5	Konsep Strategi Pemasaran	15
2.5.1	Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning (strategi STP)	15
2.5.2	Strategi Produk.....	16
2.5.3	Strategi Harga.....	16
2.5.4	Strategi Distribusi	16
2.5.5	Strategi Promosi	17
2.6	Bauran Pemasaran	17
2.7	Analisis SWOT.....	18
2.8	Matriks SWOT	19
2.9	Diagram Analisis SWOT.....	21
2.10	<i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	22
2.10.1	Tahapan AHP.....	22
2.11	Penelitian Terdahulu.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		28
3.1	Jenis Penelitian	28
3.2	Teknik Pengumpulan Data	28
3.3	Jenis Data	31
3.4	Identifikasi Data	32
3.5	Sumber Data	32
3.6	Teknik Pengolahan Data	32
3.7	Metode Analisis Data	33
3.8	Kerangka Berfikir.....	36

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	37
4.1.1 Profil Perusahaan	37
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	37
4.2 Bauran Pemasaran	38
4.2.1 Produk (Product)	38
4.2.2 Harga (<i>Price</i>).....	38
4.2.3 Distribusi (<i>Place</i>)	38
4.2.4 Promosi (Promotion).....	39
4.3 Pengumpulan Data	39
4.4 Pengolahan Data.....	40
4.5 Analisis SWOT.....	42
4.5.1 Perhitungan Nilai Bobot dan Rating Matriks IFAS Dan EFAS.....	42
4.5.2 Diagram <i>Cartesius</i> SWOT	45
4.5.3 Matriks SWOT.....	47
4.6 Hirarki Strategi Penentuan Prioritas.....	49
4.6.1 Hasil Pengolahan Horizontal.....	51
4.6.2 Hasil Pengolahan Vertikal.....	51
BAB V PENUTUP.....	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Kandungan olahan kedelai per 100 Gram.....	2
Tabel 1. 2 Data Penjualan Tahu Per Papan Tahun 2021-2022	4
Tabel 1. 3 Data Penjualan Tahu Per Potong Tahun 2021-2022	5
Tabel 1. 4 Jumlah Penjualan Tahu Potong dengan Pesaing.....	7
Tabel 2. 1 Matriks SWOT	20
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Kuesioner Faktor Kekuatan	30
Tabel 3. 2 Kuesioner Faktor Kelemahan.....	30
Tabel 3. 3 Kuesioner Faktor Peluang.....	30
Tabel 3. 4 Kuesioner Faktor Ancaman	30
Tabel 3. 5 Contoh Kuesioner AHP	31
Tabel 3. 6 Penilaian Kriteria Dan Alternatif	34
Tabel 4. 1 Uji Validitas	41
Tabel 4. 2 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	42
Tabel 4. 3 Bobot dan Rating Matriks IFAS	43
Tabel 4. 4 Bobot dan Rating Matriks EFAS	44
Tabel 4. 5 Matriks SWOT	47
Tabel 4. 6 Hasil Pengolahan Horizontal Kriteria Strategi.....	51
Tabel 4. 7 Hasil Pengolahan Vertikal Alternatif Strategi	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Data Penjualan Tahu Per Papan Tahun 2021-2022.....	5
Gambar 1. 2 Data Penjualan Tahu Per Buah Tahun 2021-2022	6
Gambar 1. 3 Perbandingan Penjualan Tahu Potong dengan Pesaing.....	7
Gambar 2. 1 Matriks Internal-Eksternal.....	18
Gambar 2. 2 Diagram Analisis SWOT	21
Gambar 3. 1 Kerangka Berpikir	36
Gambar 4. 1 Diagram SWOT	46
Gambar 4. 2 Hirarki AHP	50



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner SWOT
2. Pengolahan data SWOT
3. Kuesioner AHP
4. Penilaian goal pada expert
5. Penilaian tujuan dengan alternatif strategi
6. Penilaian tujuan dengan alternatif strategi
7. Penilaian tujuan dengan alternatif strategi
8. Penilaian tujuan dengan alternatif strategi
9. Perhitungan nilai bobot variabel
10. Penilaian goal pada expert 2
11. Penilaian tujuan dengan alternatif Strategi
12. Penilaian tujuan dengan alternatif strategi
13. Penilaian tujuan dengan alternatif strategi
14. Penilaian tujuan dengan alternatif strategi
15. Perhitungan nilai bobot variabel
16. Penilaian goal pada expert 3
17. Penilaian tujuan dengan alternatif strategi
18. Penilaian tujuan dengan alternatif strategi
19. Penilaian tujuan dengan alternatif strategi
20. Penilaian tujuan dengan alternatif strategi
21. Perhitungan nilai bobot variabel
22. Perhitungan keseluruhan untuk menentukan indeks
23. Hasil pengecekan turnitin