

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEYEK BUDE MENGGUNAKAN METODE SWOT

SKRIPSI

DISUSUN OLEH :

MUCHAMAD TARMIZI THAHIR

201310215051



PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2021

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
PRODUK PEYEK BUDE MENGGUNAKAN
METODE SWOT

Nama Mahasiswa : Muchamad Tarmizi Thahir

Nomor Pokok Mahasiswa : 201310215051

Program Studi/Fakultas : Teknik/Teknik Industri

Bekasi, 14 Januari 2021

MENYETUJUI

Pembimbing I

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

NIDN. 0314078801

Pembimbing II

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

NIDN. 0413117602

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
PRODUK PEYEK BUDE MENGGUNAKAN
METODE SWOT

Nama Mahasiswa : Muchamad Tarmizi Thahir

Nomor Pokok Mahasiswa : 201310215051

Program Studi/Fakultas : Teknik/Teknik Industri

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 01 Februari 2021

Bekasi, 09 Februari 2021

MENGESAHKAN

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

NIDN. 0322087201

Penguji I : Apriyani, S.T., M.T.

NIDN. 0302048101

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

NIDN. 0314078801

MENGETAHUI

Ketua Program Studi

Teknik Industri



Drs. Solihin, M.T.

NIDN. 0320066605

Dekan

Fakultas Teknik



Dr. Ismaniah, S Si, M. M

NIDN. 0309036503

LEMBAR PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa,

Skripsi saya yang berjudul ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEYEK BUDE MENGGUNAKAN METODE SWOT ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi 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, 09 Februari 2021

Yang membuat pernyataan,



Muchamad Tarmizi Thahir

NPM. 201310215051

ABSTRAK

Muchamad Tarmizi Thahir 201310215051. Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Peyek Bude Menggunakan Metode SWOT (STUDI KASUS DI UMKM PEYEK BUDE).

UMKM Peyek Bude merupakan salah satu pelaku usaha kecil yang berfokus pada industri makanan ringan yaitu keripik Peyek. Penjualan produk Peyek Bude berada di bawah 2 pesaing diantara 3 pesaing, jumlah penjualan dalam 6 bulan periode juli 2019 – desember 2019 Tujuan dilakukan penelitian ini guna menentukan langkah strategi pemasaran yang tepat agar dapat meningkatkan penjualan pada produk dan menganalisa serta dapat mengetahui strategi-strategi yang tepat dengan analisa S-W-O-T: kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threats*), pada produk “Peyek Bude” dalam segi pemasaran. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan analisa SWOT, Matriks IFAS, Matrik EFAS dan Matrik SWOT. Hasil dari penelitian yang sudah dilakukan menunjukan saat ini posisi pemasaran yang dilakukan pada penjualan produk peyek bude yaitu berada pada (strategi berjalan) dimana pelaku usaha mendapatkan peluang pasar yang sangat tinggi, dan terdapat kendala seperti (kelemahan) pada internal perusahaan yang perlu dihadapi Adapun strateginya ialah dengan memanfaatkan warga sekitar untuk membantu dalam tahap proses produksi yang ringan agar mempercepat proses produksi serta dapat bertambahnya hasil produk yang dihasilkan dan meningkatkan pemasaran dengan memanfaatkan *social media & marketplace* untuk meningkatkan penjualan produk.

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

ABSTRACT

Muchamad Tarmizi Thahir. 201310215051. *Analysis of marketing strategy Bude's peanut brittle use SWOT method (CASE STUDY AT UMKM BUDE'S PEANUT BRITTLE).*

UMKM Bude's peanut brittle is one of small business actor which focus to Snack industry that is peanut brittle chips. Sales of Bude's peanut creakers was bottom three of other competitors sales, total sales in last six months which is July 2019 - December 2019. Purpose of this study is to establish steps of marketing strategy correctly so that sales of product could be increased and analyze to know the correct strategies by SWOT analysis: Strength, Weakness, Opportunity, Threats, at product "Bude's peanut brittle" on sales marketing issue. Data analysis technique which used in this study is using SWOT analysis, Matrix IFAS, Matrix EFAS and Matrix SWO T. Result of this study showed that sales rank of Bude's peanut brittle is at (current strategy) the business actor get many market opportunities, and they must be faced to internal seller constraints. Countermeasure for these weakness is empowering local people to help easier step of production process to speed up tact time production and increase production output, beside that management of Bude's peanut brittle can increase the sales product by online marketing strategy such as using social media and marketplace.

Keywords: sales marking, matrix IFAS, matrix EFAS, SWOT.

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Muchamad Tarmizi Thahir
NPM : 201310215051
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 Free Right*), atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEYEK BUDE MENGUNAKAN METODE SWOT”

Beserta perangkat yang ada (bila diperlukan). Dengan hak bebas *royalty* non eksklusif ini Universitas Bhayangkara Jakarta Raya berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya 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.

Bekasi, 09 Februari 2021.
Yang membuat pernyataan,

Muchamad Tarmizi Thahir

NPM. 201310215051

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas berkah dan limpahan rahmatnya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Produk Peyek Bude Menggunakan Metode SWOT”

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kendala maupun rintangan yang dihadapi namun dapat dilalui berkat adanya bimbingan dan bantuan serta dukungan dari berbagai pihak.

Oleh karena itu pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih dengan setulus hati yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Dr. H. Bambang Karsono, Drs. S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara.
2. Ibu Ismaniah, S.S., M.Si selaku Dekan Universitas Bhayangkara.
3. Bapak Drs. Solihin, M.T. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri.
4. Ibu Roberta Heni Anggit, S.T., M.T. Dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam hal penulisan skripsi ini.
5. Bapak Tubagus Hedi S, S.T., M.M. Dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam hal penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Staf Fakultas Teknik Universitas Bhayangkara.
7. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan dorongan, dan do'a bagi kesehatan dan keselamatan penulis.
8. Adik saya Kelana Putra Thahir S.Pi, adik saya Dika Abdul Chair dan Siti Chahayani yang selalu memberikan dorongan, dan do'a bagi kesehatan dan keselamatan penulis.
9. Teman-teman program studi Teknik Industri
10. Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran serta masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEYEK BUDE MENGGUNAKAN METODE SWOT” dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dan semoga Allah SWT selalu melimpahkan karunia dan rahmatnya kepada kita. Aamiin.



Bekasi, 09 Februari 2021

Muchamad Tarmizi Thahir

NPM. 201310215051

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	5
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Rumusan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Batasan Masalah.....	5
1.6. Manfaat Penelitian.....	5
1.7. Tempat dan Waktu Penelitian	6
1.8. Metodologi Penelitian	6
1.9. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1. Pasar dan Pemasaran	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran	8
2.1.2. Tujuan Pemasaran	11
2.1.3. Bauran Pemasaran	12
2.1.4. Strategi Pemasaran	12
2.2. Teori Strategi.....	14
2.2.1. Definisi Perencanaan Strategi	14
2.2.2. Tipe-tipe Strategi	18
2.3. Metode SWOT	18

2.3.1. Pengertian SWOT	18
2.3.2. Fungsi SWOT	20
2.3.3. Analisis SWOT	20
2.3.4 Cara membuat analisis SWOT.....	25
2.4. Penelitian Terdahulu	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1. Jenis Penelitian.....	30
3.2. Teknik Pengumpulan Data	30
3.3. Jenis Data.....	34
3.4. Metode Analisis Data	34
3.5. Kerangka Berfikir	36
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	37
4.1.1. Profil Perusahaan	37
4.2. Proses Produksi	38
4.2.1. Proses Produksi Pembuatan Peyek	39
4.3. Bauran Pemasaran	39
4.3.1. Produk (<i>product</i>).....	40
4.3.2. Harga (<i>price</i>).....	41
4.3.3. Distribusi (<i>place</i>)	42
4.3.4. Promosi (<i>promotion</i>).....	42
4.4. Analisis SWOT	43
4.4.1. <i>Mapping</i> SWOT	43
4.4.2. Menentukan Matriks IFAS Dan EFAS	47
4.4.3. Matriks SWOT	58
4.4.4. Usulan Hasil Pembahasan.....	60
BAB V PENUTUP.....	62
5.1. Kesimpulan	62
5.2. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data produksi Peyek Bude dan pesaing.....	2
Tabel 1.2 Data penjualan produk Peyek Bude dan pesain	3
Tabel 1.3 Data hasil penjualan produk Peyek Bude	4
Tabel 2.1 Faktor Strategi Internal	24
Tabel 2.2 Faktor Strategi eksternal	25
Tabel 2.3 Matriks SWOT.....	27
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Kuesioner Kekuatan (<i>Strength</i>).....	31
Tabel 3.2 Kuesioner Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	31
Tabel 3.3 Kuesioner Peluang (<i>Opportunities</i>)	32
Tabel 3.4 Kuesioner Ancaman (<i>Threats</i>).....	32
Tabel 3.5 Kuesioner Bobot & Rating Kekuatan (<i>Strength</i>)	33
Tabel 3.6 Kuesioner Bobot & Rating Kelemahan (<i>Weaknesses</i>).....	33
Tabel 3.7 Kuesioner Bobot & Rating Peluang (<i>Opportunities</i>).....	33
Tabel 3.8 Kuesioner Bobot & Rating Ancaman (<i>Threats</i>)	33
Tabel 4.1 Hasil Kuesioner Poin untuk Faktor Internal.....	48
Tabel 4.2 Hasil Kuesioner Poin untuk Faktor Eksternal.....	49
Tabel 4.3 Pendapatan Hasil Bobot Internal.....	50
Tabel 4.4 Pendapatan Hasil Bobot Eksternal	51
Tabel 4.5 Pendapatan Hasil Rating Internal.....	52
Tabel 4.6 Pendapatan Hasil Rating Eksternal	53
Tabel 4.7 IFAS (<i>Internal Factors Analysis Summary</i>)	54
Tabel 4.8 EFAS (<i>External Factor Analysis Summary</i>).....	55
Tabel 4.9 Tabel Diagram Matriks SWOT.....	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Perbandingan Data Produksi Peyek Bude dan Produk Pesaing	2
Gambar 1.2. Perbandingan data penjualan Peyek Bude dan produk pesain	2
Gambar 1.3 Grafik penjualan Peyek Bude.....	3
Gambar.2.1 Konsep Dasar SWOT	21
Gambar 2.2 Analisis SWOT	26
Gambar 4.1 Produk Peyek Bude	37
Gambar 4.2 Alur proses pembuatan produk Peyek Bude	39
Gambar 4.3 Posisi Pemasaran	57