

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN GUNA
MENINGKATAN PENJUALAN PADA USAHA JASA
PENCUCIAN SEPATU DENGAN METODE SWOT
(STUDI KASUS DI TOKO *RIVAL SHOES CLEANING*)**

SKRIPSI

**Oleh:
FARID ARGADINATA
201610215105**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Guna
Meningkatan Penjualan Pada Usaha Jasa
Pencucian Sepatu Dengan Metode Swot (Studi
Kasus Di Toko *Rival Shoes Cleaning*)

Nama Mahasiswa : Farid Argadinata

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610215105

Program Studi / Fakultas : Teknik Industri / Teknik

Tanggal Lulus Ujian : 13 Juli 2021



Pembimbing I

Darmono Umar, S.E., M.M.

NIDN. 0308065806

Pembimbing II

Agustinus Yunan Pribadi, S.S.T., M.T., CIQaR.

NIDN. 0312088502

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan
Penjualan Pada Usaha Jasa Pencucian Sepatu
Dengan Metode Swot (Studi Kasus Di Toko *Rival
Shoes Cleaning*)

Nama Mahasiswa : Farid Argadinata

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610215105

Program Studi / Fakultas : Teknik Industri / Teknik

Tanggal Lulus Ujian : 13 Juli 2021

Bekasi, 16 Juli 2021

MENGESAHKAN,

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

Pengguji I : Tubagus Hedi Saepudin, ST., MM
NIDN. 0413117601

Pengguji II : Darmono Umar, SE., MM.
NIDN. 0308065806



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 yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Jasa Pencucian Sepatu Dengan Metode Swot (Studi Kasus Di Toko *Rival Shoes Cleaning*) ini adalah benar – benar 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 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.

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, 16 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Farid Argadinata
201610215105

ABSTRAK

Farid Argadinata. 201610215105. Analisis Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Jasa Pencucian Sepatu Dengan Metode Swot (Studi Kasus Di Toko *Rival Shoes Cleaning*)

Di jaman modern ini kepraktisan adalah sesuatu di butuhkan oleh masyarakat, mayoritas masyarakat menginginkan hal yang praktis untuk mencuci sepatu, momen ini di dimanfaatkan oleh owner Toko *Rival Shoes Cleaning* yang bergerak pada bidang jasa yaitu pencucian sepatu di jaman sekarang mayoritas masyarakatnya adalah pekerja kantoran dan mahasiswa. Pada Toko *Rival Shoes Cleaning* mengalami penurunan di tahun 2019 dan harus melakukan analisis untuk usaha jasa pencucian sepatu ini guna meningkatkan penjualan jasa pencucian sepatu tersebut naik, untuk melakukan analisis ini di perlukan suatu metode yaitu menggunakan SWOT, *fishbone*, dan Bisnis Proses Manajemen (BPM). Berdasarkan analisis telah di dilakukan perbaikan proses guna meningkatkan penjualan jasa pada Toko *Rival Shoes Cleaning*, penulis memberikan usulan sebagai berikut Segi proses pengiriman di berikan job tambahan yaitu membuat list sepatu yang sudah di kirimkan ke *WhatsApp* bisnis yang mau di kirim ke *costumer* agar proses pengiriman tidak terlalu lama mencari sepatu yang mau di kirim ke alamat. Segi pemasaran menambahkan media sosial seperti IG, FB, dan twiter untuk memperluas pemasaran.

Kata Kunci : SWOT, *Fihstone*, dan *Business Process Management (BPM)*

ABSTRACT

Farid Argadinata. 201610215105. *Analysis of Marketing Strategy to Increase Sales in a Shoe Washing Service Business with the Swot Method (Case Study at Rival Shoes Cleaning Stores)*

In this modern era, practicality is something that is needed by the community, the majority of people want practical things to wash shoes, this moment is used by the Rival Shoes Cleaning Shop owner who is engaged in services, namely shoe washing. . At the Rival Shoes Cleaning Store, there was a decline in 2019 and had to do an analysis for this shoe washing service business in order to increase the sales of the shoe washing service up, to do this analysis a method was needed, namely using SWOT, fishbone, and Business Process Management (BPM) . Based on the analysis, process improvements have been carried out to increase service sales at Rival Shoes Cleaning Stores, the authors provide the following suggestions. In terms of the delivery process, an additional job has been given, namely making a list of shoes that have been sent to WhatsApp businesses that want to be sent to the customer so that the delivery process does not too long looking for shoes to be sent to the address. The marketing aspect adds social media such as IG, FB, and twitter to expand marketing

Keywords: *SWOT, Fihsbone, and Business Process Management (BPM)*



LEMBAR PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul:

Analisis Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Jasa Pencucian Sepatu Dengan Metode Swot (Studi Kasus Di Toko *Rival Shoes Cleaning*)

Ini adalah benar – benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai refrensi 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.

Saya mengijinkan sripsi 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, 16 Juli 2021

Yang Membuat Pernyataan



Farid Argadinata

201610215105

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Jasa Pencucian Sepatu Dengan Metode Swot (Studi Kasus Di Toko *Rival Shoes Cleaning*) ”untuk memenuhi persyaratan yang ditentukan dalam memperoleh gelar sarjana teknik program studi teknik industri.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak sehingga dapat diselesaikan dengan tepat waktu, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr Ismaniah, Ssi, MM. Selaku Dekan Fakultas Teknik Industri Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Drs.Solihin., MT. Selaku Kepala Program Studi fakultas Teknik Industri Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Sumanto., ST., MT., IPM. Selaku DosenPembimbing akademik yang telah memberikan banyak masukan kepada penulis dalam proses akademik.
5. Bapak Darmono Umar, S.E.,M.M.Selaku DosenPembimbing pertama yang telah memberikan banyak arahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Agustinus Yunan Pribadi., S.S.T., MT., CIQaR. selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah memberikan banyak arahan dan masukan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh karyawan di Toko *Rival Shoes Cleaning* yang telah memberikan persetujuan serta memberikan informasi dalam penelitian Ini.

8. Kedua Orang tua, yang selalu memberikan do'a dan dorongan sehingga penulis termotivasi untuk segera menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman fakultas teknik industri kelas C1 angkatan tahun 2016 yang sudah mendukung dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penulisan laporan ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan masukan serta saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. semoga skripsi ini dapat bermanfaat serta dapat mendorong Penelitian-penelitian selanjutnya.



Bekasi, 16 Juli 2021



Farid Argadinata

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBARPERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. RumusanMasalah	6
1.4. BatasanMasalah.....	6
1.5. Tujuan Penelitian.....	6
1.6. Manfaat Penelitian.....	7
1.7. Waktu dan tempat.....	7
1.7.1. Waktu penelitian	7
1.7.2. Tempat penelitian.....	7
1.8. Metodologi Penelitian	8
1.9. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASANTEORI	10
2.1. Pemasaran.....	10

2.1.1. Tujuan KegiatanPemasaran	10
2.1.2. Perencanaan StrategiPemasaran.....	11
2.2. Jasa	11
2.2.1. Karakteristik Jasa	12
2.3. BauranPemasaran	13
2.4. Promosi.....	16
2.4.1. Fungsi dan Tujuan Promosi	16
2.5. MetodeSWOT.....	18
2.5.1. Fungsi SWOT	20
2.5.2. Matriks SWOT.....	21
2.6. Brainstorming.....	22
2.7. Diagram Sebab-Akibat (<i>Fishbone Diagram</i>).....	22
2.8. 5W+1H	23
2.9. <i>Business Process Management</i> (BPM)	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1. Lokasi Penelitian	28
3.2. Metode PengumpulanData	28
3.3. Jenis dan Sumber Data	29
3.3.1. Jenis Data	29
3.3.2. Sumber Data.....	29
3.4. Pengolahan Data.....	30
3.4.1. Pembuatan kuesioner	30
3.4.2. Penentuan skala kuesioner	30
3.4.3. Metode pengambilan sampel	31
4.4.4. Uji kelayakan data.....	32

3.5. Jenis Penelitian	35
3.6. Definisi Operasional Variabel	35
3.6. Kerangka Berpikir	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. Pengujian Data.....	38
4.2.2. Uji Reliabilitas	39
4.3. Analisis SWOT.....	39
4.3.1. Mapping SWOT.....	39
4.3.2. Menentukan Matrik IFAS Dan EFAS.....	43
4.4. Analisis Akar Penyebab (<i>Root Case Analysis</i>).....	50
4.5. Analisis Business Process Management (BPM).....	55
4.6. Pembahasan	58
BAB V PENUTUP.....	59
5.1. Kesimpulan.....	59
5.2. Saran	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.4 Data Pencucian Sepatu Bulan Januari-Desember 2018	2
Tabel 1.5 Data Pencucian Sepatu Bulan Januari-Desember 2019	3
Tabel 1.6 Data perbandingan dengan kompetitor	4
Tabel 2.2 Matriks <i>SWOT</i>	21
Tabel 2.3 Penelitian terdahulu	25
Tabel 4.1 Uji Validitas Data	38
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.3 Hasil Rating Internal	44
Tabel 4.4 Hasil Rating Eksternal	44
Tabel 4.5 Hasil Perhitungan Pembobotan Internal	45
Tabel 4.6 Hasil Perhitungan Pembobotan Eksternal.....	45
Tabel 4.7 IFAS (Internal Factors Analysis Summary)	46
Tabel 4.8 EFAS (External Factor Analysis Summary).....	47
Tabel 4.9 Rekapitulasi Total Nilai Skor	49
Tabel 4.12 Tim Brainstorming.....	50
Tabel 4.13 Rangkuman <i>Brainstorming Weakness</i>	54
Tabel 4.14 Awal Proses Pemasaran	56
Tabel 4.15 Pebaikan Alur Proses Pemasaran.....	56
Tabel 4.16 Proses Awal Sebelum Pebaikan	57
Tabel 4.17 Pebaikan Alur Proses Pengiriman	57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 <i>Pie Chart</i> Perbandingan Penjualan	4
Gambar 2.1 Diagram analisis SWOT	19
Gambar 2.2 Contoh <i>Fishbone</i> Diagram	22
Gambar 3.1. Kerangka Berpikir.....	36
Gambar 4.1 Posisi Pemasaran.....	49
Gambar 4.2 Diagram <i>Fishbone Weakness</i>	52

