

**ANALISIS DAN PENGEMBANGAN STRATEGI
PEMASARAN PADA UMKM MAKANAN RINGAN**

(STUDI KASUS : TAKOYAKI SIDOMULYO)

SKRIPSI

Oleh :

ANGGA WAHYU SIGIHARTO

201910215026



PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Dan Pengembangan Strategi Pemasaran
Pada UMKM Makanan Ringan
(Studi Kasus : Takoyaki Sidomulyo)

Nama Mahasiswa : Angga Wahyu Sugiharto

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910215026

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Januari 2024

Bekasi, 29 Januari 2024

MENYETUJUI,

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Rifki Muhendra, S.Si., M.Si.
NIDN 0306108704

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Dan Pengembangan Strategi Pemasaran
Pada UMKM Makanan Ringan
(Studi Kasus : Takoyaki Sidomulyo)

Nama Mahasiswa : Angga Wahyu Sugiharto

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910215026

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Januari 2024

Bekasi, 29 Januari 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Drs. Solihin, M.T.
NIDN 0320066605


Penguji I : Ade Irpan Sabilah, S.T., M.T.
NIDN 1007078403


Penguji II : Ratna Suminar S, S.T., M.M.
NIDN 0314047502

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Teknik Industri

Dekan
Fakultas Teknik


Ir. Zulkani Sinaga, M.T.
NIDN 0331016905


Dr. Tulus Sukreni, S.T., M.T.
NIDN 0324047505

LEMBAR PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul

“Analisis Dan Pengembangan Strategi Pemasaran Pada UMKM Makanan Ringan (Studi Kasus :Takoyaki Sidomulyo)”

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.

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, 29 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



Angga Wahyu Sugiharto
201910215026

ABSTRAK

Angga Wahyu Sugiharto. 201910215026. Analisis dan Pengembangan Strategi Pemasaran Pada UMKM Makanan Ringan (Studi Kasus : Takoyaki Sidomulyo).

Takoyaki sidomulyo adalah usaha mikro kecil menengah yang memproduksi takoyaki serta berdiri pada tahun 2021 dengan berlokasi di Jl. Villa Gading Harapan Kebalen Kec. Babelan Bekasi Utara. Permasalahan yang terjadi pada usaha takoyaki ini tidak tercapainya target 85 kotak/hari dengan total 2.040 kotak/perbulan serta usaha sudah dekat dengan keramaian di perumahan villa gading harapan namun pelanggan menurun. Memaksa usaha takoyaki sidomulyo untuk terus berinovasi untuk usaha tersebut. Disamping itu terus menjaga kualitas produk dan berusaha untuk meningkatkan nilai jual dari pemasaran. Penelitian ini dilakukan untuk memberikan strategi usaha baru pada penjualan takoyaki sidomulyo. Analisis yang digunakan dengan metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*) dan metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Hasil penelitian ini IFAS dan EFAS dengan nilai *Strength* 1,60, *Weakness* 1,85, *Opportunity* 1,55, *Threats* 1,95 koordinat yang ditunjukkan berada pada grafik WT (*Weakness-Threats*) angka IV adalah *Defensive* yang menunjukkan produk memiliki kelemahan serta ancaman dan menghasilkan 4 strategi alternatif yaitu mencari ritel murah, membuat resep baru, desain kemasan dengan biaya rendah tetapi tetap menyampaikan informasi, membuat menu paket layanan besar. Berdasarkan hasil 4 strategi tersebut yang menjadi pilihan utama dimana membuat resep baru dengan nilai 6,65 dari perhitungan QSPM.

Kata kunci : SWOT, QSPM, Pengembangan Pemasaran.

ABSTRACT

Angga Wahyu Sugiharto. 201910215026. Analysis and Development of Snack Food Marketing Strategy (Case Study: Takoyaki Sidomulyo).

Takoyaki Sidomulyo is a micro, small and medium enterprise that produces takoyaki and was founded in 2021 and is located on Jl. Villa Gading Harapan Kebalen, Babelan District, North Bekasi. The problem that occurred in this takoyaki business was not achieving the target of 85 boxes/day with a total of 2,040 boxes/month and the business was close to the crowds in the Gading Harapan Villa housing complex but customers were decreasing. Forcing Sidomulyo's takoyaki business to continue to innovate for this business. Apart from that, continue to maintain product quality and try to increase the selling value of marketing. This research was conducted to provide a new business strategy for selling sidomulyo takoyaki. The analysis used was the SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats) method and the QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) method. The results of this research are IFAS and EFAS with Strength values 1.60, Weakness 1.85, Opportunity 1.55, Threats 1.95, the coordinates shown are on the WT (Weakness-Threats) graph number IV is Defensive which shows the product has weaknesses and threats and produced 4 alternative strategies, namely looking for cheap retail, creating new recipes, packaging design with low costs but still conveying information, creating a large service package menu. Based on the results of these 4 strategies, the main choice was to create a new recipe with a value of 6.65 from the calculation QSPM.

Keywords: SWOT, QSPM, Marketing Development.

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Angga Wahyu Sugiharto

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910215026

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 DAN PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM MAKANAN RINGAN (STUDI KASUS: TAKOYAKI SIDOMULYO)

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 : 29 Januari 2024

Yang menyatakan,



Angga Wahyu Sugiharto

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 dan Pengembangan Strategi Pemasaran Pada UMKM Makanan Ringan (Studi Kasus : Takoyaki Sidomulyo)”**.

Skripsi ini dibuat dan diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Teknik di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Selain itu, tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memberikan pengetahuan kepada pembaca mengenai analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan makanan takoyaki.

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

1. Bapak Irjen Pol (PURN) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Tulus Sukreni, S.T., M.T. Selaku Dekan Fakultas Teknik, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Ir. Zulkani Sinaga, M.T. Selaku Ketua Jurusan Teknik Industri, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Rifda Ilahy Rosihan, S.T., M.Sc. Selaku Dosen Pendamping Akademik.
5. Ibu Ratna Suminar S, S.T., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Pertama.
6. Bapak Rifki Muhendra, S. Si, M.Si. Selaku Dosen Pembimbing kedua.
7. Kepada Bapak dan Ibu serta Adik tercinta 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, 11 September 2023



Angga Wahyu Sugiharto

201910215026



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	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.....	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Batasan Masalah Penelitian	6
1.5 Tujuan Peneltian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.7 Sistematika Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Produk	9
2.2 Strategi	10
2.3 Pemasaran	10
2.4 Strategi Pemasaran.....	10
2.5 Penjualan.....	12
2.6 <i>Marketing Mix 4P (Product, Price, Place, Promotion)</i>	12

2.7	Analisis STP (<i>Segmentation Targeting Positioning</i>).....	14
2.8	Analisis Competitor	15
2.9	Populasi dan Sampel	17
2.10	Uji Validitas.....	17
2.11	Uji Reliabilitas	18
2.12	IFAS (<i>Internal Factors Analysis Summary</i>).....	19
2.13	EFAS (<i>Eksternal Factors Analysis Summary</i>)	20
2.14	Analisis SWOT (<i>Strengths, Weakneses, Opportunities, Threats</i>).....	21
2.15	Analisis QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning</i>)	25
2.16	Analisis <i>Customer</i>	26
2.17	Penelitian Terdahulu.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		32
3.1	Jenis Penelitian.....	32
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
3.4	Roadmap Penelitian	33
3.5	Pengambilan Sampel.....	35
3.6	Pengolahan Data	35
3.7	Metode Analisis Data.....	36
3.8	Rancangan Kuisisioner	36
3.9	Alur Penelitian	39
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		40
4.1	Profil Perusahaan	40
4.2	Karakteristik Responden	40
4.3	Pengolahan data	41
4.3.1	Uji Validitas	41
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	42
4.4	Analisis Lingkungan <i>Internal</i>	43

4.4.1 Analisis 4P (<i>Product,Price,Place,Promotion</i>)	43
4.4.2 Analisis STP (<i>Segmentasi, Targeting, Positioning</i>).....	50
4.5 Analisis Lingkungan <i>Eksternal</i>	53
4.5.1 Analisis Pelanggan	53
4.5.2 Analisis Kompetitor.....	59
4.6 Pengembangan Strategi.....	61
4.6.1 IFAS (<i>Internal Factors Analysis Summary</i>).....	61
4.6.2 EFAS (<i>Eksternal Factors Analysis Summary</i>)	63
4.6.3 Kuadran dan Strategi Utama	65
4.6.4 Analisis Matriks SWOT	66
4.7 Analisis QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning</i>).....	68
4.8 Pembahasan	79
4.8.1 Analisis Lingkungan <i>Internal</i>	79
4.8.2 Analisis Lingkungan <i>Eksternal</i>	82
4.8.3 Analisis SWOT (<i>Strengths, Weakneses, Opportunities, Threats</i>).....	83
4.8.4 Analisis QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning</i>)	84
BAB V PENUTUP	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Kompetitor	2
Tabel 1.2 Data Penjualan 2022-2023.....	4
Tabel 1.3 Data Produksi.....	5
Tabel 2.1 Index Koefisien Reliabilitas.....	18
Tabel 2.2 IFAS (Internal Factors Analysis Summary)	19
Tabel 2.3 EFAS (Eksternal Factors Analysis Summary).....	20
Tabel 2.4 Matriks SWOT.....	24
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Rancangan Kuisisioner	37
Tabel 4.1 Jenis kelamin Responden.....	40
Tabel 4.2 Usia Responden.....	40
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	41
Tabel 4.4 Uji Validitas	41
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.6 Tingkat Keandalan <i>Cronbach's Alpha</i>	43
Tabel 4.7 Analisis 4P (<i>Product, Price, Place, Promotion</i>).....	43
Tabel 4.8 Analisis STP (Segmentasi, Targeting, Positioning)	51
Tabel 4.9 Analisis Pelanggan.....	54
Tabel 4.10 Analisis Kompetitor.....	59
Tabel 4.11 IFAS (<i>Internal Factors Analysis Summary</i>) usaha takoyaki	61
Tabel 4.12 EFAS (<i>Eksternal Factors Analysis Summary</i>) usaha takoyaki.....	63
Tabel 4.13 Analisis Matriks SWOT.....	66
Tabel 4.14 QSPM (Quantitative Strategic Planning) W-T	68
Tabel 4.15 Alternatif Strategi.....	78

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Makanan Luar	1
Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT	23
Gambar 3.1 Roadmap Penelitian.....	33
Gambar 3.2 Alur Penelitian.....	39
Gambar 4.1 Grafik Produk Memiliki Rasa yang enak.....	45
Gambar 4.2 Grafik Produk Memiliki Varian Rasa	45
Gambar 4.3 Grafik Kemasan Yang Kurang Menarik	46
Gambar 4.4 Grafik Ketersediaan Konsumen Membeli Produk	47
Gambar 4.5 Grafik Produk Memiliki Harga Yang Murah.....	47
Gambar 4.6 Grafik Berlokasi Didaerah Yang Ramai	48
Gambar 4.7 Grafik Belum Memiliki Digital Marketing	49
Gambar 4.8 Grafik Belum Mempunyai Papan Nama	50
Gambar 4.9 Grafik Segmentasi Usia.....	51
Gambar 4.10 Grafik Targeting	52
Gambar 4.11 Grafik Positioning	53
Gambar 4.12 Grafik Minat Terhadap Varian Rasa	55
Gambar 4.13 Grafik Perilaku Pembelian	56
Gambar 4.14 Grafik Frekuensi Pembelian	57
Gambar 4.15 Grafik Penyuka Takoyaki.....	57
Gambar 4.16 Grafik Kepuasan.....	58
Gambar 4.17 Diagram Pengolahan Data Internal dan Eksternal	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Wawancara

Lampiran 2. Kuisisioner Konsumen

Lampiran 3. Notulen Wawancara QSPM

Lampiran 4. *Plagiarime*

Lampiran 5. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Lampiran 6. Hasil Kuisisioner Konsumen

