

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA KECIL  
MENENGAH (UKM) PADA WARUNG MINUMAN  
TEKO BOBA DENGAN METODE SWOT DAN QSPM**

**SKRIPSI**

Oleh:  
**RACHMAT FADILLAH**  
**201910215213**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2024**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA KECIL  
MENENGAH (UKM) PADA WARUNG MINUMAN  
TEKO BOBA DENGAN METODE SWOT DAN QSPM**

**SKRIPSI**

Oleh:  
**RACHMAT FADILLAH**  
**201910215213**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah (UKM) Pada Warung Minuman Teko Boba dengan Metode SWOT dan QSPM

Nama Mahasiswa : Rachmat Fadillah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910215213

Program Studi / Fakultas : Teknik Industri / Teknik

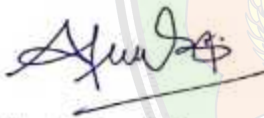
Tanggal Lulus Sidang Skripsi : 22 Januari 2024

Jakarta, 31 Januari 2024

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II



Ir. Alloysius Vendhi Prasmoro, S.T., M.T.  
NIDN 0317117905



Ade Irpan Sabilah, S.T., M.T.  
NIDN 1007078403

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah (UKM) Pada Warung Minuman Teko Boba dengan Metode SWOT dan QSPM

Nama Mahasiswa : Rachmat Fadillah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910215213

Program Studi / Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Sidang Skripsi : 22 Januari 2024

Jakarta, 31 Januari 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dede Rukmayadi, S.T., M.Si.  
NIDN 0405056905

Penguji I : Didin Sjarifudin, S.T., M.T.  
NIDN 0331126804


Penguji II : Ir. Alloysius Vendhi Prasmoro, S.T., M.T.  
NIDN 0317117905

MENGETAHUI,

Ketua Progam Studi  
Teknik Industri

Dekan  
Fakultas Teknik

  
Ir. Zulkani Sinaga, M.T.  
NIDN 0331016905

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

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul :

“Analisis Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah Pada Warung Minuman Teko Boba Kegiatan Dengan Metode SWOT dan QSPM”.

Skripsi 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 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/tesis ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 31 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



Rachmat Fadillah  
201910215213

## ABSTRAK

**Rachmat Fadillah. 201910215213.** Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Pada Warung Minuman Teko Boba Dengan Metode SWOT dan QSPM.

UKM Teko Boba yang terletak di kota Jakarta lebih tepatnya di Jakarta. Namun dari sisi perkembangan bisnis di bidang minum kekinian dan kuliner saat ini, UKM Teko Boba belum memiliki inovasi pemasaran yang baik dalam menghadapi kompetitor dengan bisnis menengah hingga bisnis yang dikategorikan sangat tinggi. Permasalahan yang dialami oleh UKM Teko Boba pada saat ini adalah menurunnya penjualan akibat kurangnya inovasi pada produk yang berakibat konsumen mulai bosan dengan produk yang monoton. Data kuesioner yang akan diambil disekitar lingkungan warung minuman UKM Teko Boba. Populasinya berkisar 235 orang dan tingkat kesalahan yang dikehendaki yaitu 10%. Hasil uji validitas yang dimana dari seluruh pernyataan dengan jawaban yang telah diisi oleh responden sebanyak 70 orang menunjukkan hasil dari kuesioner tersebut dinyatakan valid, setelah diketahui sampel valid maka selanjutnya dilakukan uji reliabilitas dimana didapat hasil dari *Strength* 0,783, *Weakness* 0,762, *Opportunity* 0,608, dan *Threat* 0,803 yang berarti mendapatkan tingkat keandalan adalah “andal”. Setelah itu diketahui maka selanjutnya dibuat perhitungan IFAS, untuk subtotal dari *Strength* yaitu mendapatkan nilai hasil total score sebesar 2,012 untuk *Weakness* mendapatkan total score sebesar 1,976. Lalu untuk EFAS yaitu *Opportunities* mendapatkan nilai hasil total score sebesar 1,821 sedangkan untuk *Threats* mendapatkan nilai total score sebesar 1,866. Setelah peringkat IFAS dan EFAS diketahui, diagram dibuat SWOT, jika dilihat dari diagramnya, usaha minuman teko boba berada di posisi kuadran II/ *Diversification*

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, IFAS, EFAS, SWOT, QSPM

## ABSTRACT

**Rachmat Fadillah. 201910215213.** *Marketing Strategy Analysis of Small and Medium Enterprises at Teko Boba Drink Stalls with SWOT and QSPM Methods*

*Marketing Strategy Analysis of Small and Medium Enterprises at Teko Boba Drink Stalls with SWOT and QSPM Methods, Teko Boba SMEs are located in the city of Jakarta, more precisely in Jakarta. However, in terms of business development in the field of contemporary drinking and culinary today, Teko Boba SMEs do not have good marketing innovations in the face of competitors with medium to very high categorized businesses. The problem experienced by Teko Boba SMEs at this time is the decline in sales due to the lack of innovation in products which results in consumers getting bored with monotonous products. Questionnaire data will be taken around the SME teko boba drink stall environment. The population is around 235 people and the desired error rate is 10% The results of the validity test where from all statements with answers that have been filled in by 70 respondents show the results of the questionnaire are declared valid, after it is known that the sample is valid, the next reliability test is carried out where the results are obtained from strength 0.783, Weakness 0.762, Opportunity 0.608, and Threat 0.803 which means getting the level of reliability is "reliable". After that is known, the next IFAS calculation is made, for the subtotal of Strength, namely getting a total score of 2,012, for Weakness getting a total score of 1.976. Then for EFAS, namely Opportunities, get a total score of 1.821, while for Threats get a total score of 1.866. After the IFAS and EFAS ratings are known, a SWOT diagram is made, when viewed from the diagram, the boba teapot drink business is in quadrant II / Diversification position.*

**Keywords:** *Marketing, Strategy, IFAS, EFAS, SWOT, QSPM*

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

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

Nama : Rachmat Fadillah  
NPM : 201910215213  
Program Studi : Teknik Industri  
Fakultas : Teknik  
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 saya yang berjudul :


### **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA KECIL MENENGAH PADA WARUNG MINUMAN TEKO BOBA DENGAN METODE SWOT DAN QSPM**

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 : JAKARTA  
Pada Tanggal : 31 Januari 2024

Yang menyatakan,



Rachmat Fadillah

## 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 Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah (UKM) Pada Warung Minuman Teko Boba dengan Metode SWOT Dan QSPM".**

Skripsi ini dibuat dan diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana satu pada Fakultas Teknik di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Selain itu, tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memberikan pengetahuan kepada pembaca mengenai pemasaran minuman di UKM Teko Boba.

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

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan Rahmat dan Nikmatnya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Orang tua yang telah memberikan motivasi dan dukungan moril selama penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Irjen Pol.(Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Tulus Sukreni, S.T., M.T. Selaku Dekan Fakultas Teknik, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Bapak Ir. Zulkani Sinaga, M.T. Selaku Ketua Jurusan Teknik Industri, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
6. Ibu Ratna Suminar S, S.T., M.M. Selaku Dosen Pendamping Akademik TID A4 Regular Pagi.
7. Bapak Ir. Alloysius Vendhi Prasmoro, ST., M.T. Selaku Dosen Pembimbing Pertama.
8. Bapak Ade Irpan Sabilah, S.T., M.T. Selaku Dosen Pembimbing Kedua.

9. Kepada teman - teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat dan bangga, angkatan 2019 yang selalu memberikan dukungan serta ide, motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada teman-teman saya khususnya Rafi, Renaldi, Ndharu, Andi, dan Renaldi selaku pemilik rumah yang telah bersedia menjadikan rumahnya menjadi tempat naungan saya dalam menulis skripsi ini.
11. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam menyusun laporan ini, oleh karena itu diharapkan kritik dan saran yang bertujuan untuk perbaikan dimasa yang akan datang membantu dari pembaca. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Jakarta, 31 Januari 2024



Rachmat Fadillah



# DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	6
1.4 Batasan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian .....	7
1.6 Manfaat Penelitian .....	7
1.7 Tempat dan Waktu Penelitian .....	8
1.8 Teknik Pengumpulan Data.....	8
1.9 Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
2.1 Pengertian Pemasaran .....	10

2.2	Fungsi pemasaran.....	11
2.3	Tujuan Pemasaran .....	13
2.4	Strategi Manajemen Pemasaran .....	14
2.5	Teori Kepuasan .....	15
2.5.1	Perilaku Konsumen .....	15
2.5.2	Konsep Kepuasan Pelanggan .....	17
2.6	Teori Omzet .....	19
2.6.1	Pengertian Omzet.....	19
2.6.2	Faktor Yang Mempengaruhi Omzet.....	20
2.6.3	Harga Produk .....	22
2.6.4	Pengembangan Produk.....	22
2.7	Bauran Pemasaran.....	23
2.8	Manfaat Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	23
2.9	Indikator Keberhasilan pemasaran produk.....	24
2.10	Analisis <i>Strength, Weakness, Opportunity, Threat</i> (SWOT).....	26
2.10.1	Indikator Analisis SWOT.....	27
2.11	Matriks <i>Internal Factor Analysis Summary</i> (IFAS) .....	28
2.12	Matriks <i>Eksternal Factor Analysis Summary</i> (EFAS).....	29
2.13	Matriks <i>Strength, Weakness, Opportunity, Threat</i> (SWOT).....	32
2.14	<i>Quantitative Strategic Planning matrix</i> (QSPM).....	33
2.15	Penelitian Terdahulu .....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>39</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	39
3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	39

3.2.1 Waktu dan Lokasi Penelitian .....	43
3.2.2 Pengambilan Sampel.....	43
3.3 Metode Pengolahan Data .....	44
3.4 Metode Analisis Data.....	45
3.5 <i>Flowchart</i> Penelitian .....	46
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	49
4.1.1 Profil Perusahaan .....	49
4.2 Karakteristik Responden.....	50
4.3 Pengolahan Data.....	52
4.3.1 Uji Validitas .....	52
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	54
4.4 Analisis Data SWOT dan QSPM.....	55
4.4.1 Perhitungan Bobot Faktor strategi Internal.....	55
4.4.2 Perhitungan Bobot Faktor Strategi Eksternal.....	56
4.4.3 Perhitungan Matriks <i>Internal Strategic Factors Analysis Summary</i> (IFAS) 58	
4.4.4 Perhitungan Matriks <i>External Strategic Factors Analysis Summary</i> (EFAS) .....	60
4.4.5 Diagram <i>Cartesius</i> Analisis SWOT .....	62
4.5 Matriks <i>Strength, Weakness, Opportunity, Threat</i> (SWOT).....	64
4.6 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM) .....	68
4.6.1 Penyelesaian Alternatif Strategi.....	82
4.7 Pembahasan Hasil .....	85
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>88</b>

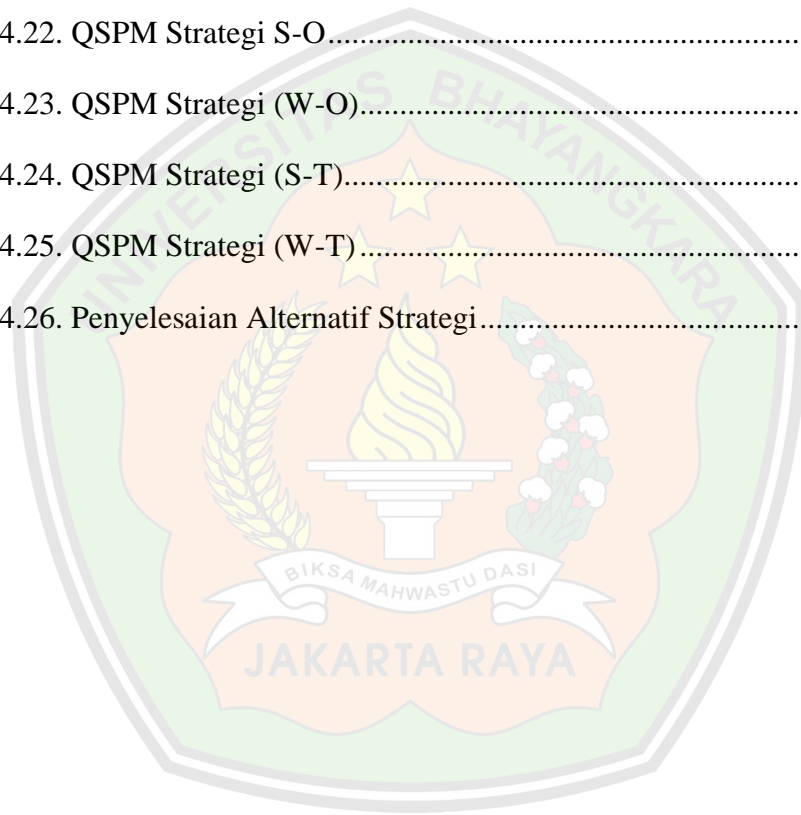
5.1 Kesimpulan .....	88
5.2 Saran.....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>90</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Penjualan Teko Boba Periode 2022 -2023 .....	2
Tabel 1.2. Total Penjualan Teko Boba (per cup) .....	3
Tabel 1.3. Data Perbandingan Harga Penjualan Dengan Pesaing Sejenis .....	4
Tabel 2.1. Tabel Internal Factor Analysis Summary (IFAS) .....	29
Tabel 2.2. Tabel External Factor Analysis Summary (EFAS).....	30
Tabel 2.3. Penelitian Terdahulu .....	37
Tabel 3.1. Data Rancangan Kuesioner.....	41
Tabel 4.1. Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2. Usia Responden.....	51
Tabel 4.3. Jenis Pekerjaan.....	51
Tabel 4.4. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Strength .....	52
Tabel 4.5. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Weakness.....	53
Tabel 4.6. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Opportunity .....	53
Tabel 4.7. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Threat .....	54
Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas .....	54
Tabel 4.9. Perhitungan Bobot Faktor Internal.....	56
Tabel 4.10. Perhitungan Bobot Faktor Eksternal.....	57
Tabel 4.11. Rekapitulasi Rating dan Bobot Pada Matriks IFAS.....	58
Tabel 4.12. Rekapitulasi Perhitungan Bobot dan Rating Pada Matriks EFAS .....	60
Tabel 4.13. Matriks SWOT .....	65
Tabel 4.14. Hasil Kuesioner QSPM Strategi (S-O 1) Variabel SWOT .....	68

Tabel 4.15. Hasil Kuesioner QSPM Strategi (S-O 2) Variabel SWOT .....	69
Tabel 4.16. Hasil Kuesioner QSPM Strategi (W-O 1) variabel SWOT.....	70
Tabel 4.17. Hasil Kuesioner QSPM Strategi (W-O 2) Variabel SWOT.....	70
Tabel 4.18. Hasil Kuesioner QSPM Strategi (S-T 1) Variabel SWOT.....	71
Tabel 4.19. Hasil Kuesioner QSPM Strategi (S-T 2) Variabel SWOT.....	71
Tabel 4.20. Hasil Kuesioner QSPM Strategi (W-T 1) Variabel SWOT .....	72
Tabel 4.21. Hasil Kuesioner QSPM Strategi (W-T 2) Variabel SWOT .....	73
Tabel 4.22. QSPM Strategi S-O.....	74
Tabel 4.23. QSPM Strategi (W-O).....	77
Tabel 4.24. QSPM Strategi (S-T).....	79
Tabel 4.25. QSPM Strategi (W-T).....	80
Tabel 4.26. Penyelesaian Alternatif Strategi.....	83



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Grafik Penjualan.....	3
Gambar 2.1. Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan .....	17
Gambar 2.2. Konsep Kepuasan Pelanggan .....	19
Gambar 2.3. Konsep Dasar Analisis SWOT .....	26
Gambar 2.4. Diagram Analisis SWOT .....	31
Gambar 2.5. Matriks SWOT .....	32
Gambar 3.1. Rumus Slovin .....	44
Gambar 3.2. Flowcharts Penelitian .....	46
Gambar 4.1. Logo Perusahaan .....	49
Gambar 4.2. Diagram Analisis SWOT .....	63



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Owner ukm minuman Teko boba

Lampiran 2. Kuesioner SWOT & QSPM

Lampiran 3. Data Kuesioner

Lampiran 4. Hasil Jawaban Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

Lampiran 5. Hasil Jawaban External Factor Analysis Summary (EFAS)

Lampiran 6. Uji Validitas

Lampiran 7. Uji Reliabilitas

Lampiran 8. Data R Tabel

Lampiran 9. Plagiarisme

Lampiran 10. Biodata Mahasiswa

Lampiran 11. Kartu Bimbingan Mahasiswa

