

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN
MENGUNAKAN METODE SWOT DAN BMC PADA
PUPUK CAIR ORGANIK DI PT. BIO KONVERSI
INDONESIA**



SKRIPSI

Oleh :

AKHMAD FAHRI HUSAINI

202010215044

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2024

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN
MENGUNAKAN METODE SWOT DAN BMC PADA
PUPUK CAIR ORGANIK DI PT. BIO KONVERSI
INDONESIA**



SKRIPSI

Oleh :

AKHMAD FAHRI HUSAINI

202010215044

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran dengan menggunakan Metode SWOT dan BMC pada Pupuk Organik Cair di PT. Bio Konversi Indonesia

Nama Mahasiswa : Akhmad Fahri Husaini

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010215044

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 Juli 20224

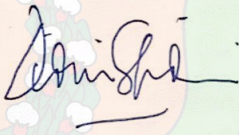
Jakarta, 23 Juli 2024

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II


Tubagus Hedi Saepudin, S.T., M.M.
NIDN 0413117602


Didin Sjarifudin, S.T., M.T.
NIDN 0331126804



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran dengan menggunakan Metode SWOT dan BMC pada Pupuk Organik Cair di PT. Bio Konversi Indonesia

Nama Mahasiswa : Akhmad Fahri Husaini

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010215044

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 Juli 2024

Jakarta, 23 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Yayan Saputra, S.T., M.T.
NIDN 0327017902

Penguji I : Widya Spalanzani, S.T., M.T.
NIDN 0331019401

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


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

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran dengan menggunakan Metode SWOT dan BMC pada Pupuk Organik Cair di PT. Bio Konversi Indonesia”

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya dan tidak mengandung materi yang ditulis orang lain terkecuali pengutipan dari jurnal 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 Kampus Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini bisa 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 mempublikasikan melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 23 Juli 2024


Materai pernyataan,

D9217ALX289286784
Akhmad Fahri Husaini

RINGKASAN

Akhmad Fahri Husaini. 20201215044. Analisis Strategi Pemasaran dengan menggunakan Metode SWOT dan BMC pada Pupuk Organik Cair di PT. Bio Konversi Indonesia.

PT. Bio Konversi Indonesia merupakan perusahaan manufaktur yang memproduksi pupuk organik cair, permasalahan yang terjadi di PT. Bio Konversi Indonesia adalah tentang penjualan pupuk organik cair 500ml. Perusahaan tersebut memiliki target penjualan 120.000lt pertahun, sedangkan aktual penjualan 70.308lt. Berdasarkan hal tersebut dilakukan Analisa strategi pemasaran dengan menggunakan metode SWOT (*Strengths, Weaknes, Opportunities dan Threats*) dan *Business Model Canvas* (BMC). Yang dilakukan dengan cara identifikasi 9 elemen. Dengan metode SWOT dilakukan identifikasi yang kemudian hasil IFAS dan EFAS menunjukkan *Strengths* 3,090, *Weakness* 4,067, *Opportunity* 3,077 dan *Threats* 3,070. Dengan hasil terletak pada kuadran III dimana kondisi ini adalah situasi yang *Consentrative*. Selanjutnya hasil IFAS dan EFAS diintegrasikan ke dalam *Business Model Canvas* (BMC) yang menunjukkan perspektif 9 elemen cukup menguntungkan bagi perusahaan, karena memiliki peluang dan kelemahan penjualan. Hasil *Business Model Canvas* (BMC) menunjukkan kunci bisnis perusahaan, yaitu segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya kunci, aktivitas kunci, kemitraan kunci, dan struktur biaya. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa WO, SO, ST dan WT dapat di petakan kedalam model BMC dengan 9 elemen.

Kata kunci : SWOT, *Business Model Canvas*, Strategi Pemasaran, Pupuk Organik Cair.



SUMMARY

Akhmad Fahri Husaini. 20201215044. Marketing Strategy Analysis Using the SWOT Method and BMC on Liquid Organic Fertilizer at PT. Bio Conversion Indonesia.

PT. Bio Conversion Indonesia is a manufacturing company that produces liquid organic fertilizer, the problem that has arisen in PT. The company has a target sales of 120,000 litres per year, while the actual sales are 70.308 litres. Analysis of marketing strategies using the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats) and Business Model Canvas (BMC) methods. This is done by identifying 9 elements. With SWOT methods, identification is carried out which IFAS and EFAS results showed Strengths 3,090, Weaknes 4,067, Opportunity 3,077 and Threat 3.070. With the result located on the quarter III where this condition is the situation of the Concentrative. Furthermore, IFAS and EFAS results are integrated into the Business Model Canvas (BMC) which shows the perspective of 9 elements that are quite beneficial to the company, because they have sales opportunities and weaknesses. The business model Canvas results show key corporate business, namely customer segments, value propositions, distribution channels, customer relationships, revenue flows, key resources, key activities, key partnerships, and cost structures. The results of this study show that WO, SO, ST and WT can be embedded into a BMC model with 9 elements.

Keywords : SWOT, Business Model Canvas, Marketing Strategy, Organic Liquid Fertilizer.



LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Akhmad Fahri Husaini
NPM : 202010215044
Program Studi : Teknik Industri
Jenis Karya : Skripsi

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 DENGAN MENGGUNAKAN
METODE SWOT DAN BMC PADA PUPUK CAIR ORGANIK DI PT. BIO
KONVERSI INDONESIA”.**

Beserta perangkat yang ada (bila diperlukan) dengan hak yang bebas *royalty 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.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 23 Juli 2024

Yang menyatakan,



Akhmad Fahri Husaini

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah Subhanahu wa ta ala, yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta kesempatan bagi kami untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul "**Analisis Strategi Pemasaran dengan menggunakan Metode Swot dan BMC pada Pupuk Organik Cair di PT. Bio Konversi Indonesia**". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

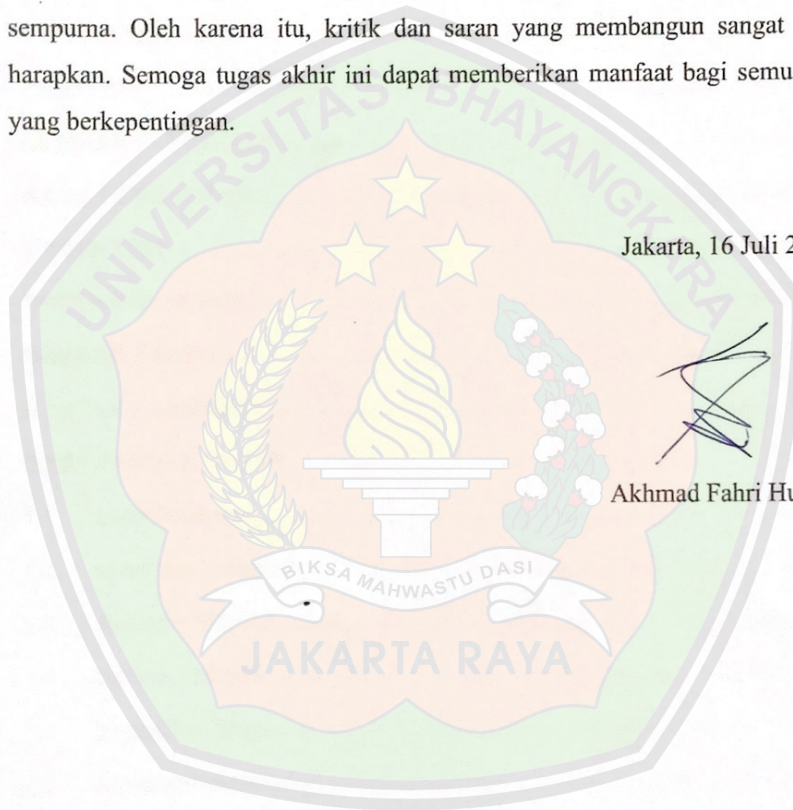
Dalam penyusunan skripsi ini, kami menyadari bahwa tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, kami ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua Orang Tua yang selalu mendukung dan tiada hentinya mendoakan penulis.
2. Bapak Irjen. Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim., (Honoris Causa) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Tulus Sukreni, S.T., M.T. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Ir. Zulkani Sinaga, M.T. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri.
5. Tubagus Hedi Saepudin, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing I Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
6. Didin Sjarifudin, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing II Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
7. Dr. Dra. Ismaniah, M.M., selaku Dosen Pendamping Akademik TIDA1.
8. Seluruh staff karyawan yang bekerja di PT. Bio Konversi Indonesia yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis selama pengumpulan data disana.

9. Kepada seluruh teman-teman angkatan 2020 yang selalu memberikan dukungan serta ide, motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Dengan penuh rasa syukur, saya persembahkan karya ini kepada kekasih saya Meisya Farras Annisa . Terima kasih atas dukungan, cinta, dan semangat yang telah kamu berikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 16 Juli 2024



Akhmad Fahri Husaini

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
RINGKASAN	v
<i>SUMMARY</i>	vi
LEMBAR PUBLIKASI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Batasan Masalah.....	5
1.5 Tujuan Penelitian.....	5
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
1.7 Tempat dan Waktu Penelitian	6
1.8 Metode Penelitian.....	6
1.9 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Strategi Pemasaran	8
2.2 Analisis SWOT	10

2.3	Faktor-Faktor yang mempengaruhi SWOT.....	10
2.3	Business Model Canvas (BMC).....	11
2.4	Pupuk Organik Cair.....	12
2.5	IFAS dan EFAS.....	13
2.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	17
2.7	Kuisisioner	18
2.8	Penelitian Terdahulu	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		25
3.1	Jenis Penelitian	25
3.2	Pengumpulan Data	25
3.3	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	26
3.4	Metode Penarikan Sampel.....	26
3.5	Metode Pengolahan Data	28
3.6	Metode Analisis Data	28
3.8	Data Kuisisioner.....	30
3.9	Flowchart Penelitian.....	32
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		33
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	33
4.1.1	Sejarah dan perkembangan PT. Bio Konversi Indonesia.....	33
4.1.2	Visi Misi Perusahaan.....	33
4.1.3	Produk yang Diproduksi.....	34
4.2	Pengujian Data	34
4.2.1	Uji Validitas	34
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	35
4.3	Pembahasan	36
4.3.1	Strategi Pemasaran SWOT	36

4.3.2 Analisis Matriks SWOT	40
4.4 Strategi Pemasaran Business Model Canvas (BMC)	41
BAB V PENUTUP	48
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Jenis-Jenis Produk.....	2
Tabel 1. 2 Pupuk Organik Cair di Kota Bekasi.....	2
Tabel 2. 3 Gambaran <i>Business Model Canvas</i>	12
Tabel 2. 1 IFAS (<i>Internal Factors Analysis Summary</i>)	14
Tabel 2. 2 EFAS (<i>External Factors Analysis Summary</i>)	15
Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Populasi Sample.....	27
Tabel 3. 2 <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	29
Tabel 3. 3 <i>Eksternal Factor Evaluation</i> (EFE)	29
Tabel 3. 4 Matriks SWOT.....	30
Tabel 3. 5 Kuisisioner.....	31
Tabel 4. 1 Hasil Uji Variabel <i>Strength</i>	35
Tabel 4. 2 Hasil Uji Variabel <i>Weakness</i>	35
Tabel 4. 3 Hasil Uji Variabel <i>Opportunity</i>	35
Tabel 4. 4 Hasil Uji Variabel <i>Threat</i>	35
Tabel 4. 5 Hasil Uji <i>Reliability</i>	36
Tabel 4. 6 IFAS PT. Bio Konversi Indonesia	36
Tabel 4. 7 Pembobotan Faktor <i>Internal</i> (IFAS).....	37
Tabel 4. 8 EFAS PT. Bio Konversi Indonesia	37
Tabel 4. 9 Pembobotan Faktor <i>Eksternal</i> (EFAS)	38
Tabel 4. 10 Matriks SWOT.....	40

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Grafik Penjualan PT. Bio Konversi Indonesia Per tahun 2021-2023 ..3	
Gambar 3. 1 Flowchart Penelitian.....32	
Gambar 4. 1 Produk Pupuk Organik Cair34	
Gambar 4. 2 Gambar Diagram SWOT.....39	
Gambar 4. 3 Gambaran Business Model Canvas (BMC)47	



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Notulen Wawancara

Lampiran 2. Kuisisioner

Lampiran 3. Kuisisioner

Lampiran 4. Kuisisioner

Lampiran 5. Lembar Plagiasi

Lampiran 6. Biodata Mahasiswa

Lampiran 7. Lembar Bimbingan

