

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK
BAKSO DAGING SAPI DI TOKO TUKUIKI
MENGUNAKAN METODE SWOT DAN ANALISIS
BAURAN PEMASARAN**

SKRIPSI



Oleh:

JOVANKA ALIF WIYATA

202010215107

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

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK
BAKSO DAGING SAPI DI TOKO TUKUIKI
MENGUNAKAN METODE SWOT DAN ANALISIS
BAURAN PEMASARAN**

SKRIPSI



Oleh:

JOVANKA ALIF WIYATA

202010215107

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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Produk Bakso Daging Sapi Di Toko Tukuiki Menggunakan Metode SWOT Dan Analisis Bauran Pemasaran

Nama Mahasiswa : Jovanka Alif Wiyata

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010215107

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

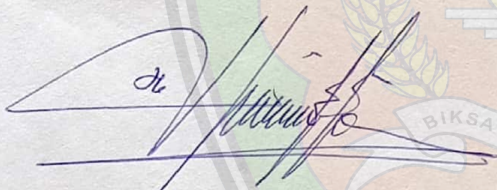
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 Juli 2024

Jakarta, 22 Juli 2024

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II



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



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

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Produk Bakso Daging Sapi Di Toko Tukuiki Menggunakan Metode SWOT Dan Analisis Bauran Pemasaran
Nama Mahasiswa : Jovanka Alif Wiyata
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010215107
Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 Juli 2024

Jakarta, 22 Juli 2024

MENGESAHKAN,

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


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

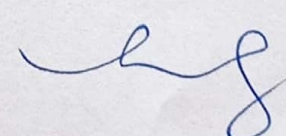
Penguji II : Ratna Suminar S, S.T., M.M.
NIDN 0314047502

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

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul

Analisis Strategi Pemasaran Produk Bakso Daging Sapi Di Toko Tukuiki Menggunakan Metode SWOT Dan Analisis Bauran Pemasaran

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 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.

Jakarta, 22 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Jovanka Alif Wiyata
202010215107

RINGKASAN

Jovanka Alif Wiyata. 202010215107. Analisis Strategi Pemasaran Produk Bakso Daging Sapi Di Toko Tukuiki Menggunakan Metode SWOT Dan Analisis Bauran Pemasaran.

Toko Tukuiki merupakan salah satu usaha bergerak di bidang mikro usaha yang bergerak di bidang *frozen food* yang berlokasi di daerah Pondok Ungu Permai. Permasalahan yang dihadapi oleh Toko Tukuiki saat ini adalah rata-rata penjualan 346,2 bungkus/bulan sedangkan target penjualan sebesar 600 bungkus/bulan, Terdapat banyak pesaing Toko Tukuiki sehingga penjualan produk menurun tidak memenuhi target yang di inginkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor *internal* dan *eksternal* dan menganalisis kedalam bauran pemasaran. Dalam penelitian ini menggunakan strategi SWOT yaitu untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman Toko Tukuiki, Kemudian mengintegrasikannya menggunakan analisis bauran pemasaran berdasarkan analisis swot. Hasil SWOT menunjukkan total skor Matrik IFAS variabel kekuatan 4,140 dan variabel kelemahan 4,194, Sedangkan total skor Matrik EFAS variabel peluang 4,110 dan variabel Ancaman 4,277. Toko Tukuiki terletak pada koordinat X, Y (-27, -58) yaitu berada di kuadran IV pada posisi *Defensif*, yang mana situasi Toko memiliki kelemahan dan juga ancaman. Strategi SWOT dihasilkan beberapa alternatif strategi yaitu, Tetap mempertahankan kualitas produk untuk permintaan produk bakso daging sapi juga akan meningkat dikarenakan jumlah penduduk yang mengalami peningkatan. Mempertahankan aktivitas promosi secara berkelanjutan untuk menarik pelanggan baru dan meningkatkan jumlah pelanggan. Mempertahankan kualitas produk yang baik dengan harga yang terjangkau .Mempertahankan aktivitas promosi dengan harga yang menarik agar konsumen tetap setia kepada toko. Kemudian implementasi SWOT kedalam Bauran Pemasaran dengan menganalisis unsur 4P pemasaran yaitu produk (*product*) produk bakso daging sapi yang digunakan berasal dari pemasok terpercaya yang menjamin kualitas dan kebersihan daging, Harga (*Price*) memberikan potongan harga kepada konsumen apabila mempromosikan produk bakso daging sapi di sosial media konsumen dengan membeli 20 bungkus. Tempat (*Place*) lokasi memiliki lingkungan yang bersih dan aman untuk menjaga citra dan kualitas produk. Promosi (*Promotion*) melakukan periklanan yang berkelanjutan untuk menawarkan produk bakso daging sapi dengan harga yang terjangkau pada sosial media.

Kata kunci : SWOT, Bauran Pemasaran, Matrik IFAS, Matrik EFAS.

SUMMARY

Jovanka Alif Wiyata. 202010215107. Marketing Strategy Analysis for Beef Meatball Products at the Tukuiki Store Using the SWOT Method and Marketing Mix Analysis.

Toko Tukuiki is one of the businesses engaged in the micro business sector which operates in the frozen food sector which is located in the Pondok Ungu Permai Tukuiki Shop is one of the businesses engaged in the micro business sector which operates in the frozen food sector which is located in the Pondok Ungu Permai area. The problem currently faced by the Tukuiki Shop is that average sales are 346.2 packs/month while the sales target is 600 packs/month. There are many competitors to the Tukuiki Shop so that product sales have decreased and do not meet the desired target. This research aims to determine internal and external factors and analyze the marketing mix. In this research, a SWOT strategy is used, namely to assess the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the Tukuiki Store, then integrate them using marketing mix analysis based on SWOT analysis. The SWOT results show that the total IFAS Matrix score for the strength variable is 4.140 and the weakness variable is 4.194, while the total EFAS Matrix score for the opportunity variable is 4.110 and the Threat variable is 4.277. The Tukuiki Shop is located at coordinates The SWOT strategy produced several alternative strategies, namely, Maintaining product quality so that demand for beef meatball products will also increase due to the increasing population. Maintain promotional activities on an ongoing basis to attract new customers and increase customer numbers. Maintaining good product quality at affordable prices. Maintaining promotional activities at attractive prices so that consumers remain loyal to the store. Then implement SWOT into the Marketing Mix by analyzing the 4P elements of marketing, namely the beef meatball products used come from trusted suppliers who guarantee the quality and cleanliness of the meat, Price provides discounts to consumers when promoting beef meatball products on social consumer media by purchasing 20 packs. The location has a clean and safe environment to maintain the image and quality of the product. Promotion (Promotion) carries out ongoing advertising to offer beef meatball products at affordable prices on social media.

Keyword : SWOT, Marketing Mix, Matrik IFAS, Matrik EFAS.

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Jovanka Alif Wiyata
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010215107
Program Studi : Teknik Industri
Jenis Karya : Skripsi / Tesis / Karya Ilmiah

Demi pengembangn 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 STRATEGI PEMASARAN PRODUK BAKSO DAGING SAPI DI TOKO TUKUIKI MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN ANALISIS BAURAN PEMASARAN

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 sebaga 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 : 22 Juli 2024

Yang menyatakan,



Jovanka Alif Wiyata

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sholawat serta salam selalu tercurah kepada Rasullullah Muhammad SAW, sehingga Penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini tepat pada waktunya dengan judul "Analisis Strategi Pemasaran Produk Bakso Daging Sapi Di Toko Tukuiki Menggunakan Metode SWOT Dan Analisis Bauran Pemasaran sebagai syarat untuk kelulusan S1 pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Bhayangkra Jakarta Raya.

Pada kesempatan ini, Penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dan penghargaan yang tulus kepada semua pihak yang telah banyak memberi petunjuk, bimbingan, dorongan dan bantuan dalam penulisan Skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, terutama pada:

1. Allah SWT atas limpahan rahmat, nikmat, dan hidayah-Nya.
2. Kedua orang tua, serta keluarga yang telah memberi do'a dan dukungannya.
3. Yth. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim (Honoris Causa) Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Yth. Ibu Dr. Tulus Sukreni, S.T., M.T. Selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Yth. Bapak Ir. Zulkani Sinaga, M.T. Selaku Kepala Program Studi Teknik Industri Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
6. Yth. Bapak Tubagus Hedi Saepudin, S.T., M.M. Selaku Dosen Pembimbing I Teknik Industri Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penulisan skripsi ini.
7. Yth. Ibu Ratna Suminar S, S.T., M.M. Selaku Dosen Pembimbing II Teknik Industri Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penulisan skripsi ini.
8. Yth. Ibu Dr. Ratih Kumalasari, S.Pd., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing Akademik.
9. Seluruh mahasiswa khususnya kelas Teknik Industri A3 dan seluruh

Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan pada penulisan SKRIPSI ini. Penulis mengharapkan adanya kritik maupun saran yang bersifat membangun yang bertujuan untuk menyempurnakan isi dari SKRIPSI ini serta bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan pada umumnya dan bagi Penulis untuk mengamalkan ilmu pengetahuan di tengah-tengah masyarakat.



Jakarta, 22 Juli 2024

Jovanka Alif Wiyata

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
RINGKASAN	v
SUMMARY	vi
LEMBAR 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.....	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Batasan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.7 Tempat dan Waktu Pelaksanaan	7
1.8 Metode Penelitian.....	7
1.9 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Pengertian Pemasaran	9

2.2	Pengertian Strategi Pemasaran	9
2.3	Bauran Pemasaran	10
2.4	IFAS DAN EFAS	12
2.5	Analisis SWOT	16
2.6	Uji Validitas	20
2.7	Uji Realibilitas	21
2.8	Kuesioner	21
2.9	Penelitian Terdahulu	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		25
3.1	Jenis Penelitian	25
3.2	Metode Pengumpulan Data	25
3.2.1	Tempat dan Waktu Penelitian	26
3.2.2	Pengambilan Sampel	26
3.3	Metode Pengujian Data	27
3.4	Metode Pengolahan Data	27
3.5	Metode Analisis Data	29
3.6	Data Kuesioner	30
3.7	<i>Flowchart</i> Penelitian	31
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		32
4.1	Deskripsi Usaha Toko Tukuiki	32
4.2	Analisis Lingkungan	32
4.3	Deskripsi Produk	32
4.4	Populasi dan Sampel	32
4.5	Pengujian Data	33
4.6.1	Uji Validitas	33
4.6.2	Uji Reliabilitas	35

4.6 Pengolahan Data.....	36
4.7.1 Matrik IFAS	36
4.7.2 Matrik EFAS	37
4.7.3 Perumusan dan Penetapan Alternatif Strategi	39
4.7.4 Analisis Matriks SWOT	42
4.7 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	44
4.8.1 Produk (<i>Product</i>).....	44
4.8.2 Harga (<i>Price</i>).....	45
4.8.3 Tempat (<i>Place</i>).....	46
4.8.4 Promosi (<i>Promotion</i>).....	46
4.8 Pembahasan.....	47
BAB V PENUTUP	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Penjualan Produk Toko Tukuiki Bulan Juli Sampai Desember.....	2
Tabel 1.2 Penjualan Produk Bakso Daging Sapi Toko Tukuiki Di Tahun 2023	3
Tabel 1.3 Produk Pesaing Makanan Bakso Daging Sapi	4
Tabel 1.4 Penjualan Bakso Daging Sapi dengan Produk Pesaing	4
Tabel 2.1 Matriks IFAS.....	13
Tabel 2.2 Matriks EFAS	14
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Pertanyaan Kuesioner	30
Tabel 4.3 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel <i>Strength</i>	33
Tabel 4.4 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel <i>Weakness</i>	33
Tabel 4.5 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel <i>Opportunity</i>	34
Tabel 4.6 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel <i>Threat</i>	34
Tabel 4.7 <i>Case Processing Summary</i>	35
Tabel 4.8 <i>Reliability Statistics</i>	35
Tabel 4.9 Rekapitulasi <i>Rating</i> dan Bobot Faktor <i>Internal</i> Variabel Kekuatan	36
Tabel 4.10 Rekapitulasi <i>Rating</i> dan Bobot Faktor <i>Internal</i> Variabel Kelemahan	37
Tabel 4.11 Rekapitulasi <i>Rating</i> dan Bobot Faktor <i>Eksternal</i> Variabel Peluang... ..	38
Tabel 4.12 Rekapitulasi <i>Rating</i> dan Bobot Faktor <i>Eksternal</i> Variabel Ancaman.	38
Tabel 4.13 Perhitungan Total Skor Untuk Variabel Strategi	39
Tabel 4.14 Rumus Vektoral	41
Tabel 4.15 Analisis Matrik SWOT	42

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Diagram SWOT.....	18
Gambar 2.2 Matriks SWOT	20
Gambar 3. 1 <i>Flowchart</i> Penelitian	31
Gambar 4.1 Koordinat Kartesius Posisi Bisnis Toko Tukuiki.....	41
Gambar 4.2 Bakso Daging Sapi Toko Tukuiki.....	44
Gambar 4.3 Hasil Analisis Produk.....	45
Gambar 4.4 Hasil Analisis Harga.....	45
Gambar 4.5 Toko Tukuiki.....	46
Gambar 4.6 Hasil Analisis Tempat.....	46
Gambar 4.7 Hasil Analisis Promosi.....	47



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Pra Observasi
- Lampiran 2. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3. Hasil Kuesioner Responden
- Lampiran 4. Wawancara dan Dokumentasi
- Lampiran 5. Lembar Plagiarisme
- Lampiran 6. Biodata Mahasiswa

