

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TAHU
MENGUNAKAN ANALISIS SWOT
(Studi Kasus Pada Pabrik Tahu Koleks)**

SKRIPSI



Oleh:
ARYA PRAYUDHA
201710215079

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

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TAHU
MENGUNAKAN ANALISIS SWOT
(Studi Kasus Pada Pabrik Tahu Koleks)**

SKRIPSI



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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

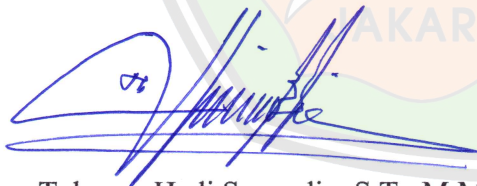
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk Tahu Menggunakan Analisis SWOT (Studi Kasus Pada Pabrik Tahu Koleks)
Nama Mahasiswa : Arya Prayudha
Nomor Pokok Mahasiswa : 201710215079
Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 26 Juli 20024

Jakarta, 1 Agustus 2024

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II



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



Apriyani, S.T., M.T.
NIDN 0302048101

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk Tahu Menggunakan Analisis SWOT (Studi Kasus Pada Pabrik Tahu Koleks)

Nama Mahasiswa : Arya Prayudha

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710215079

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 26 Juli 2024

Jakarta, 01 Agustus 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Ir. Zulkani Sinaga, M.T.
NIDN 0331016905

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

Penguji II : Tubagus Hedi Saepudin, S.T., M.M.
NIDN 0413117602

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Teknik Industri



Ir. Zulkani Sinaga, M.T.
NIDN 0331016905

Dekan
Fakultas Teknik



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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul :

Strategi Pemasaran Produk Tahu Menggunakan Analisis SWOT (Studi Kasus Pada Pabrik Tahu Koleks)

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 mempublikasinya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui porta Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Jakarta, 26 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Arya Prayudha

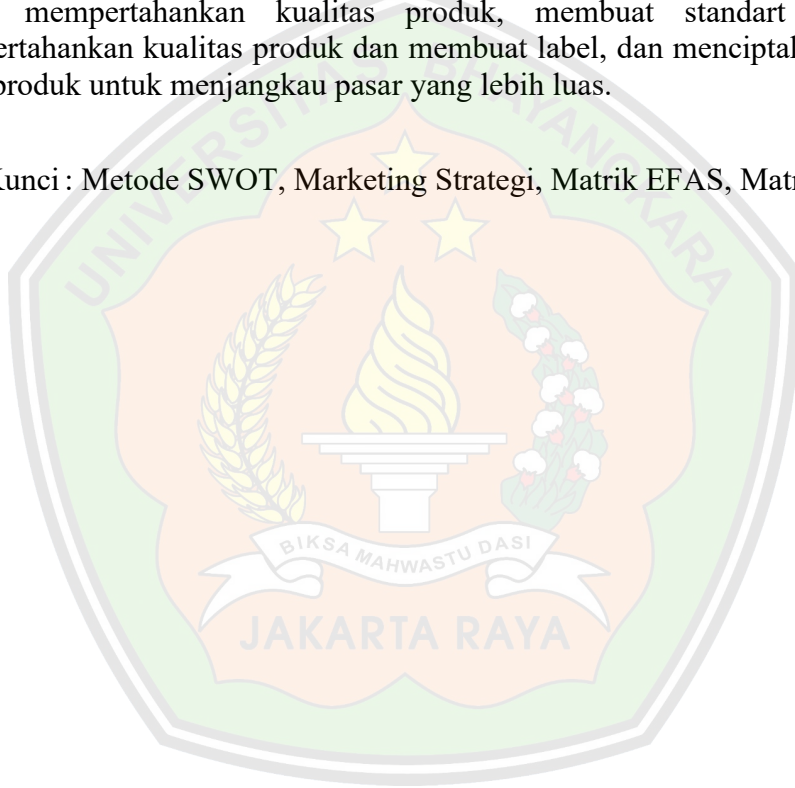
201710215079

RINGKASAN

Arya Prayudha. 201710215079. Strategi Pemasaran Produk Tahu Menggunakan Analisis SWOT di Pabrik Tahu Koleks.

Pabrik Tahu Koleks adalah salah satu UMK yang memproduksi tahu yang berlokasi di Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Pabrik Tahu Koleks memproduksi tiga jenis tahu, yaitu tahu potong, tahu jambe, dan juga tahu goreng, selama periode Januari 2024 – April 2024, di temukan bahwa semua varian produk tahu mengalami penurunan. Oleh karena itu, Pabrik Tahu Koleks ingin mengubah strategi pemasarannya untuk meningkatkan penjualan, Strategi pemasaran dilakukan dengan menggunakan metode SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman) dan Bauran Pemasaran. Hasil penelitian ini memberikan empat Alter strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan, yaitu pemasran produk tahu melalui media sosial, mempertahankan kualitas produk, membuat standart operasional, mempertahankan kualitas produk dan membuat label, dan menciptakan komersial nama produk untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Kata Kunci : Metode SWOT, Marketing Strategi, Matrik EFAS, Matriks EFAS,4P



SUMMARY

Arya Prayudha. 201710215079. Marketing Strategy for Tofu Products Using SWOT Analysis at the Koleks Tofu Factory.

Koleks Tofu Factory is one of the MSEs that produces tofu located in Bekasi Regency, West Java. The Koleks Tahu Factory produces three types of tofu, namely cut tofu, jambe tofu, and fried tofu. During the period January 2024 – April 2024, it was found that all tofu product variants experienced a decline. Therefore, the Tahu Koleks Factory wants to change its marketing strategy to increase sales. The marketing strategy is carried out using the SWOT method (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) and Marketing Mix. The results of this research provide four alternative strategies that can be implemented by companies, namely marketing tofu products through social media, maintaining product quality, creating operational standards, maintaining product quality and creating labels, and creating commercial product names to reach a wider market.

Keywords : SWOT Method, Marketing Strategy, EFAS Matrix, EFAS Matrix, 4P



LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Arya Prayudha
NPM : 201710215079
Program Studi : Teknik
Fakultas : Teknik Industri
Judul Karya : Skripsi / Tesis / Karya Ilmiah

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Hak Bebas Royalti Non-Eksekutif (*Non-Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TAHU MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT (Studi Kasus Pabrik Tahu Koleks)

Beserta perangkat yang ada (bila diperlukan) dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksekutif ini, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya berhak menyimpan, mengalih media / formatkan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*Database*), mendistribusikan dan menampilkan / mempublikasinya di internet atau media lain untuk mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

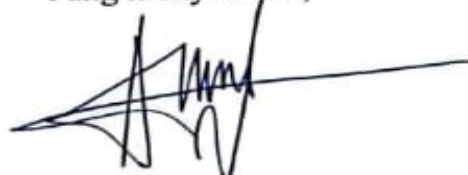
Segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 26 Juli 2024

Yang menyatakan,



Arya Prayudha

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya beserta do'a dari kedua orang tua saya sehingga saya dapat menyelesaikan laporan penelitian Strategi Pemasaran Produk Tahu Menggunakan Analisis SWOT di Pabrik Tahu Koleks laporan ini disusun sebagai prasyarat akademik fakultas teknik, program studi teknik industri, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.


Penyusunan laporan ini terlaksana atas bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu saya sebagai penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim 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 Program Studi, Teknik Industri Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Dr. Paduloh, ST., MT Selaku Pembimbing Akademik
5. Bapak Tubagus Hedi Saepudin, S.T., M.M. Sebagai Dosen Pembimbing 1 (Satu) penulisan Skripsi.
6. Ibu Apriyani, S.T., M.M Sebagai Dosen Pembimbing 2 (Satu) penulisan Skripsi
7. Bapak Mulyana selaku *Owner* Pabrik Tahu Koleks atas bantuan yang telah diberikan
8. Kepada Yoga Widyatmoko dan Muhammad Rifaldy Mulyana sebagai teman yang selalu menemani mulai dari pengumpulan data sampai akhir penyajian data.
9. Kepada semua orang yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, namun itu tidak mengurangi rasa hormat dan terimakasih saya.
10. Kepada semua pemilik *Channel Youtube* yang telah menginspirasi saya dalam penyusunan tugas saya.

Penulisan laporan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saya mengharap saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan laporan

ini. Harapan penyusun semoga laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Bekasi, 26 Juli 2024



Arya Prayudha



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
RINGKASAN	v
SUMMARY	vi
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 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Batasan Masalah.....	7
1.7 Waktu dan Tempat Penelitian	7
1.8 Teknik Pengumpulan Data	7
1.9 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Definisi Strategi	9
2.1.1 Tingkatan Level Strategi.....	10
2.1.2 Tipe-tipe Strategi	11

2.2	Definisi Pemasaran	12
2.2.1	Konsep Pemasaran.....	14
2.2.2	Proses Manajemen Pemasaran.....	15
2.2.3	Implementasi Pemasaran	17
2.2.4	Pengendalian / Evaluasi Kegiatan Pemasaran	17
2.2.5	Fungsi Pemasaran	18
2.3	Perencanaan Strategi Pemasran	20
2.4	Strategi Pemasaran.....	20
2.5	Pengertian Lingkungan Perusahaan.....	21
2.6	Bauran Pemasaran.....	26
2.6.1	Pengertian Marketing Mix	26
2.6.2	Elemen – Elemen Marketing Mix.....	26
2.6.3	Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial	29
2.6.4	Manfaat Pemasaran melalui media sosial.	30
2.7	Keputusan Pembelian.....	31
2.7.1	Pengertian Keputusan Pembelian	31
2.7.2	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	31
2.7.3	Langkah-Langkah Keputusan Pembelian	33
2.8	Analisis SWOT Sebagai Perumusan Strategi Bersaing	35
2.8.1	Tahapan Dalam Analisis SWOT.....	36
2.8.2	Analisis Matriks IFAS dan EFAS.....	38
2.8.3	Analisis Matriks SWOT.....	39
2.8.4	Tujuan Analisis SWOT.....	40
2.9	Analisis Strategi Pemasaran.....	41
2.10	Kuesioner	43
2.10.1	Uji Validitas.....	44
2.10.2	Uji Relibilitas.....	45
2.11	Penelitian Terdahulu	47
	BAB III METODOLOGI PENELITIAN	50
3.1	Jenis Penelitian.....	50

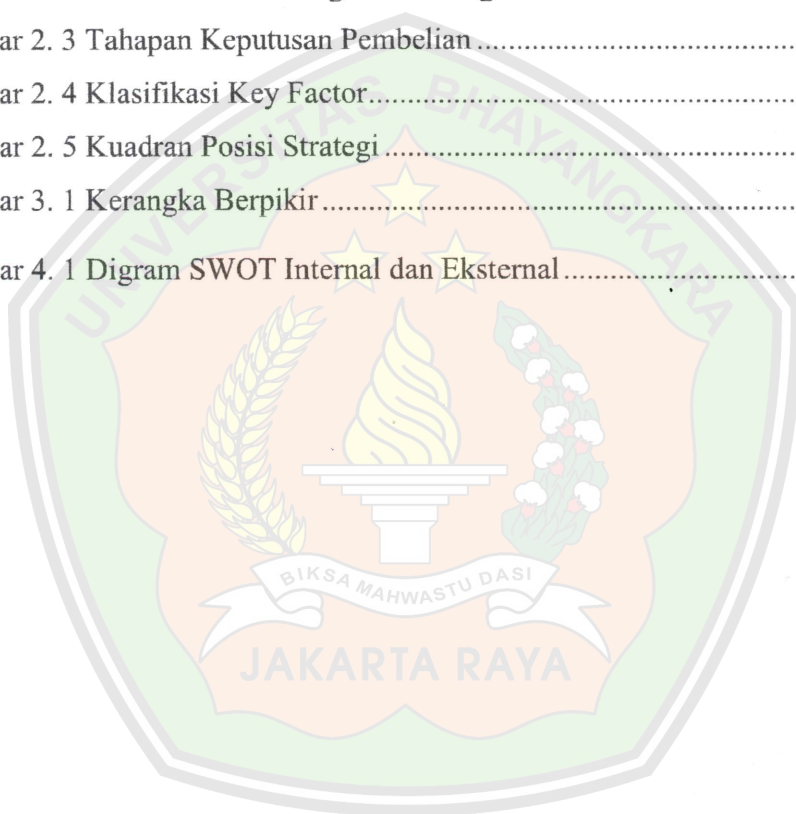
3.2 Jenis Data	50
3.3 Teknik Pengumpulan Data	51
3.4 Analisis Data	51
3.5 Kerangka Berpikir	54
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	55
4.1.1 Sejarah Perusahaan	55
4.2 Analisa Lingkungan	56
4.2.1 Usaha Lingkungan Internal.....	56
4.3 Analisis Data SWOT.....	57
4.3.1 Kuesioner Riset SWOT.....	57
4.3.2 Karakteristik Responden.....	58
4.4 Pengolahan Data	61
4.4.1 Uji Validitas & Uji Reabilitas.....	61
4.4.2 Kekuatan dan Kelemahan	64
4.4.3 Peluang dan Ancaman.....	64
4.4.4 Analisa Strategi <i>Internal</i> dan <i>Eksternal</i>	64
4.5 Pengolahan Data	69
4.5.1 Analisis Matriks SWOT.....	69
4.5.2 Matriks SWOT terhadap faktor <i>Internal</i> dan <i>Eksternal</i>	71
4.5.3 Formulasi Strategi.....	73
4.5.4 Formulasi Strategi Operasional.....	73
4.5.5 Formulasi Strategi Pemasaran (Marketing Mix – 4P)	74
4.5.6 Implementasi Strategi	75
BAB V PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Jumlah Penjualan Tahu Tahun 2024	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	47
Tabel 3. 1 Penduduk Kecamatan Babelan, Bekasi Utara.....	52
Tabel 3. 2 Jumlah Populasi Di Kaliabang Tengah.....	52
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Umur.....	59
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 4. 4 Hasil Penilaian Kuesioner Customer	60
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas.....	62
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reabilitas	63
Tabel 4. 7 Hasil Perhitungan Nilai Cronbach's Alpha.....	63
Tabel 4. 8 IFAS (Internal Factory Analysis Summary)	66
Tabel 4. 9 EFAS (Eksternal Factory Analysis Summary)	68
Tabel 4. 10 Hasil Perhitungan Matriks Internal dan Eksternal	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 UKM Tahu Koleks	3
Gambar 1. 2 Grafik Penjualan Tahu Tahun 2024	4
Gambar 1. 3 Persentase Penjualan Pesaing	5
Gambar 2. 1 Model Sederhana Pemasaran	13
Gambar 2. 2 Faktor - Faktor Pengaruh Strategi Pemasaran	22
Gambar 2. 3 Tahapan Keputusan Pembelian	33
Gambar 2. 4 Klasifikasi Key Factor	37
Gambar 2. 5 Kuadran Posisi Strategi	39
Gambar 3. 1 Kerangka Berpikir	54
Gambar 4. 1 Digram SWOT Internal dan Eksternal	69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Plagiarisme
Lampiran 2	Biodata Mahasiswa
Lampiran 3.	Kartu Bimbingan Mahasiswa
Lampiran 4.	Data Penjulana Tahu Bulan Januari 2024
Lampiran 5.	Data Penjulana Tahu Bulan Januari 2024
Lampiran 6.	Data Penjulana Tahu Bulan Januari 2024
Lampiran 7.	Data Penjulana Tahu Bulan Januari 2024
Lampiran 8.	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas
Lampiran 9.	Produk UKM Tahu Koleks
Lampiran 10.	Kuesioner

