

LAPORAN TUGAS AKHIR

PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN DI SHOBRON BAKERY DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK (Studi Kasus : Shobron Bakery)



Diajukan Kepada Universitas Muhammadiyah Surakarta Untuk Memenuhi
Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Teknik Industri

Oleh:
Krisna Nugraha Alfiantama
D 600 160 120

JURUSAN TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2023

LAPORAN TUGAS AKHIR

PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN DI SHOBRON BAKERY DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK (Studi Kasus : Shobron Bakery)



Diajukan Kepada Universitas Muhammadiyah Surakarta Untuk Memenuhi
Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Teknik Industri

Oleh:
Krisna Nugraha Alfiantama
D 600 160 120

JURUSAN TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2023

HALAMAN PENGESAHAN

PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN DI SHOBRON BAKERY DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK (Studi Kasus : Shobron Bakery)

Tugas Akhir ini telah diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi S-1 untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Hari :

Tanggal :

Disusun Oleh :

Nama : Krisna Nugraha Alfiantama

NIM : D 600 160.120

Jurusan : Teknik Industri

Mengesahkan,

Dosen Pembimbing



(Ir. Ratnanto Fitriadi, S.T., M.T)

HALAMAN PERSETUJUAN

PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN DI SHOBRON BAKERY DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK (Studi Kasus : Shobron Bakery)

Telah dipertahankan pada sidang Pendadaran Tugas Akhir Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta Di hadapan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Jumat, 10 Maret 2023

Jam : 08.10-09.50 WIB

Menyetujui :

Tim Penguji

1. Ir. Ratnanto Fitriadi, S.T., M.T
(Ketua Dewan Penguji)
2. Dr. Ir. Muchlison Anis, S.T., M.T
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Dr. Etika Muslimah, S.T., M.M, M.T
(Anggota II Dewan Penguji)

Tanda Tangan,

(.....)
(.....)
(.....)

Mengetahui,

Ketua Jurusan Teknik Industri,

(Dr. Etika Muslimah, S.T., M.M, M.T)



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa tugas akhir ini bukan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah dituliskan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surakarta, 16 Maret 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Krisna'.

Krisna Nugraha Alfiantama

MOTTO HIDUP

“Dan manusia tidak akan mendapatkan kecuali apa yang ia usahakan”
(QS An Najm : 39)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penyusunan Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada :

1. Ibu, Bapak, dan Keluarga penulis yang telah memberikan bimbingan, doa dalam setiap langkah, mendidik dan memotivasi sehingga penulis menjadi pribadi yang lebih baik.
2. Bapak Ir. Ratnanto Fitriadi, S.T., M.T selaku dosen pembimbing yang telah berkenan membimbing penulis dari awal hingga terselesaikannya penelitian ini.
3. Teman-teman Teknik Industri angkatan 2016 yang selalu mendukung, memberi semangat dan masukkan dalam penyusunan Tugas Akhir saya.

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu wata'ala, atas rahmat, hidayah, dan Karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Penentuan Strategi Pemasaran Di Shobron Bakery Dalam Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Kasus : Shobron Bakery)”. Laporan Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Strata-1 Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari dalam penyusunan Tugas Akhir ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah Subhanahu wata'ala yang telah memberikan segala nikmat, sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Rois Fatoni, S.T., M.Sc., Ph.D selaku Dekan Fakultas Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Eko Setiawan, S.T., M.T., Ph.D selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Dosen pembimbing penulis Bapak Ir. Ratnanto, S.T., M.T, yang telah memberikan bimbingan, dorongan, arahan, dan saran yang bermanfaat selama proses penyusunan Tugas Akhir kepada penulis.
5. Bapak Muchlison Anis, S.T., M.T dan Ibu Etika Muslimah, S.T., M.T selaku Dosen Penguji Tugas Akhir penulis.
6. Mas Rizwan S.P.d selaku Manager, Ibu Riastuti S.P.d selaku Kepala Bagian Produksi, dan seluruh Karyawan UMKM Shobron Bakery yang membantu penulis dalam melaksanakan penelitian selama di UMKM Shobron Bakery.
7. Ibu, Bapak dan Keluarga tercinta yang selalu memberikan doa dan motivasi dalam mengerjakan Tugas Akhir ini.
8. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam penyusunan laporan ini.

Semoga berkah selalu diberikan oleh Allah Subhanahu wata'ala kepada pihak-pihak di atas serta semoga amal baik yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan imbalan dari Allah Subhanahu wata'ala.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Penulis berharap laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Surakarta, 16 Maret 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Krisna' with a stylized flourish.

Krisna Nugraha Alfiantama

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO HIDUP	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
1.5 Batasan Masalah	3
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Strategi Pemasaran.....	4
2.2 Analisis SWOT	5
2.3 Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan Eksternal Factor Evaluation (EFE)	7
2.4 Matriks IE	7
2.5 Analisi QSPM.....	8
2.6 Tinjauan Pustaka.....	8
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	11
3.2 Tahapan Penelitian	11
3.3 Prosedur Penelitian.....	11
3.3.1 Observasi	11
3.3.2 Wawancara	11

3.3.3 Kuesioner	12
3.3.4 Studi Pustaka	12
3.3.5 Pengumpulan Data.....	12
3.3.6 Pengolahan Data	13
3.3.7 Analisis Data.....	14
3.3.8 Usulan Perbaikan	14
3.3.9 Kesimpulan	14

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Prusahaan	15
4.2 Tujuan dan Target Perusahaan	15
4.2.1 Tujuan	15
4.2.2 Target	15
4.3 Hasil Produksi dan Pemasarannya.....	16
4.3.1 Hasil Produksi	16
4.3.2 Pemasaran	16
4.4 Struktur Organisasi dan <i>Job Description</i>	17
4.4.1 Struktur Organisasi	17
4.4.2 Job Description	17
4.5 Pengumpulan Data.....	19
4.6 Pengolahan Data	21
4.7 Pembahasan	21
4.7.1 Matrix Internal Factor Evaluation (IFE)	21
4.7.2 Matrix External Factor Evaluation (EFE).....	22
4.7.3 Internal-External Matrix (IE Matriks).....	23
4.7.4 Matriks SWOT	24
4.7.5 Strategi Pemasaran QSPM	25

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	29
5.2 Saran	30

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tinjauan Pustaka	9
Tabel 4. 1 Identifikasi Faktor Internal Shobron Bakery	20
Tabel 4. 2 Identifikasi Faktor Eksternal Shobron Bakery	20
Tabel 4. 3 Analisis Bencmarking.....	21
Tabel 4. 4 Matrix Internal Factor Evaluation.....	21
Tabel 4. 5 Matrix Eksternal Factor Evaluation	22
Tabel 4. 6 Matriks SWOT Shobron Bakery.....	24
Tabel 4. 7 Matrix QSPM Shobron Bakery.....	26
Tabel 4. 8 Ranking Strategi Pemasaran Shobron Bakery	27
Tabel 4. 9 Contoh Penerapan Strategi Alternatif QSPM	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Matriks SWOT	6
Gambar 2. 2 Matriks Internal Eksternal.....	7
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian	11
Gambar 4. 1 Produk Shobron Bakery.	16
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Shobron Bakery.....	17
Gambar 4. 3 Matrix Internal-External Shobron Bakery.....	23

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan di Shobron Bakery yang terletak di Pondok Hajjah Nuriyah Shobron Universitas Muhammadiyah Surakarta, Sukoharjo, Jawa Tengah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal Shobron Bakery, merumuskan strategi pemasaran, dan mengurutkan strategi tersebut dari yang terpenting. Hasil dari penelitian ini menunjukkan nilai 2,673 pada faktor internal, sedangkan pada faktor eksternal menunjukkan nilai 3,155. Pada Matriks IE didapatkan nilai perbandingan antara IFE:EFE yaitu 2,673 : 3,155 dimana perusahaan berada di kuadran II yang berarti perusahaan pada fase ini akan bertumbuh dan terus dibangun. Berdasarkan analisis SWOT didapatkan 8 strategi alternatif untuk meningkatkan pemasaran pada perusahaan. Dari hasil analisis QSPM didapatkan 3 prioritas strategi dengan nilai tertinggi, yaitu : (1) Menerapkan berbagai promo menarik (2) Mengelola dan menghidupkan sosmed Shobron Bakery untuk memaksimalkan pemasaran, dan (3) Memasukkan produk Shobron Bakery di go food, grab food, dan semisalnya. Kata Kunci : Analisis SWOT, matriks IFE dan EFE, matriks IE, analisis QSPM.

ABSTRACT

This research was conducted at Shobron Bakery located at Pondok Hajjah Nuriyah Shobron Muhammadiyah University of Surakarta, Sukoharjo, Central Java. This study aims to determine the internal and external factors of Shobron Bakery, formulate marketing strategies, and rank these strategies among the most important. The results of this study show a value of 2.673 on internal factors, while on external factors it shows a value of 3.155. In the IE Matrix, the comparison value between IFE: EFE is 2.673: 3.155 where the company is in quadrant II, which means that the company in this phase will grow and continue to be developed. Based on the SWOT analysis, there are 8 alternative strategies to improve marketing in the company. From the results of the QSPM analysis, 3 strategic priorities with the highest scores were obtained, namely: (1) Implementing various attractive promos (2) Managing and activating Shobron Bakery's social media to maximize marketing, and (3) Marketing Shobron Bakery's product, for example in go food and grab food.

Keywords: SWOT analysis, IFE and EFE matrix, IE matrix, QSPM analysis.