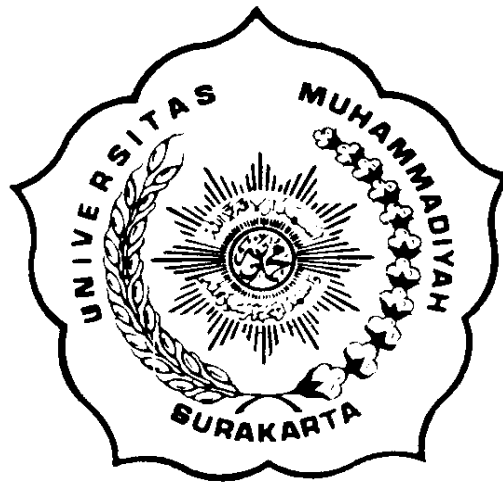


TUGAS AKHIR

”ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BEBEK GORENG”

(Studi Kasus: Warung Makan Bebek Goreng H Slamet Kartasura)



Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surakarta

FATHONI ABDILLAH
D.600.050.026

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2014**

TUGAS AKHIR

”ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BEBEK GORENG”

(Studi Kasus: Warung Makan Bebek Goreng H Slamet Kartasura)



Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

FATHONI ABDILLAH
D.600.050.026

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2014**

HALAMAN PENGESAHAN

"ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BEBEK GORENG"

(Studi Kasus: Warung Makan Bebek Goreng H Slamet Kartasura)

Hari/Tanggal :

Jam :

Disusun Oleh:

FATHONI ABDILLAH

D 600 050 026

Mengesahkan:

Pembimbing I



(Muchlison Anis, ST. MT.)

Pembimbing II



(Dr. Suranto, ST. MM.)

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BEBEK GORENG (Studi Kasus: Warung Makan Bebek Goreng H Slamet Kartasura) telah diuji dan dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Tugas Akhir sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Hari/Tanggal :

Jam :

Menyetujui:

Tim Penguji

Tanda Tangan

1. Muchlison Anis, ST. MT.



2. Dr. Suranto, ST. MM.



3. Indah Pratiwi, ST. MT.



4. Mila Faila Sufa, ST. MT.



Mengetahui:

Dekan Fakultas Teknik

Ketua Jurusan Teknik Industri



(Dr. Sri Sunarjono, MT. Ph.D)

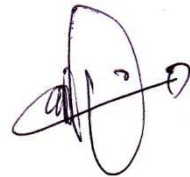


(Hafidh Munawir, ST. M Eng.)

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang sepengetahuan saya, juga tidak terdapat pendapat atau karya yang pernah ditulis orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surakarta, Januari 2014

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'F' followed by a horizontal line and a small circular flourish at the end.

(Fathoni Abdillah)

MOTTO:

*Kalau sekiranya pepohonan di muka bumi ini menjadi pena dan laut (menjadi tinta) ditambah kepadanya dengan tujuh laut lagi sesudah keringnya tak akan habis-habisan Ilmu dan Hikmah-Nya. Sungguh Dia Maha Perkasa Lagi Maha Bijaksana
(Luqman: 27)*

*Orang-orang yang mampu menatap kegagalannya dengan kepala tegak dan mau belajar untuk bangkit lagi adalah mereka yang telah siap menjadi dewasa dan sukses secara utuh
(Andrie Wongso)*

*“Agama tanpa ilmu adalah buta, dan ilmu tanpa agama adalah lumpuh”
(Albert Einstein)*

*Mengakui kekurangan diri adalah tangga untuk mencapai cita – cita dan berusaha mengisi kekurangan tersebut adalah keberanian luar biasa.
(Hamka)*

*Bangunlah jiwanya, bangunlah badannya.
(W R Supratman)*

PERSEMBAHAN

Laporan Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Bapak dan Ibu yang telah memberikan dukungan, do'a serta semangat untuk dapat menjadi orang yang berhasil.
2. Guru – guru saya yang memberikan nasehat untuk menyelesaikan laporan tugas akhir.
3. Anak-anak 2005, do the best for our community!!!!.
4. Teman – teman Al – Itihad, Barokah, dan Al – Mubarak, Suro Awwabi yang memberikan semangat dalam penyelesaian pengerjaan Tugas Akhir.
5. Pembaca yang budiman.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirobil'alamin, penulis panjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul "**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BEBEK GORENG (Studi Kasus: Warung Makan Bebek Goreng H. Slamet Kartasura)**".

Tugas Akhir ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan Strata 1 pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama penyusunan Tugas Akhir ini telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, untuk itu tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Sri Sunarjono, MT. Ph.D, selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Hafidh Munawir, ST. M.Eng, selaku ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Muchlison Anis, ST. MT dan Bapak Dr. Suranto, ST. MM., selaku Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan arahan kepada penulis dalam penulisan demi kemajuan Tugas Akhir penulis.
4. Ibu Indah Pratiwi, ST. MT dan Ibu Mila Falila Sufa, ST. MT, selaku Penguji Tugas Akhir yang telah memberikan masukan kepada penulis guna perbaikan yang lebih baik.

5. Bapak, Ibu, saudara, tetangga, dan teman – teman rumah saya yang telah memberikan dorongan moral dan material sehingga dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
6. Semua Teman-teman angkatan 2005, Spesial gak pake telur buat mas Ageng Apriyanto dan Mas Andi Setiawan (Ceper), *thanks for your motivation and Your friendship*, perjuangan kita tidak berakhir disini bung!.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran atau kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

Akhir kata, penulis berharap Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya. *Aamiin*.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, Januari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAKSI	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
 BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pemasaran	6
2.2 Analisis Lingkungan Pemasaran	9

2.3	Analisis Lingkungan Internal.....	10
2.4	Analisis Lingkungan Eksternal.....	11
	2.4.1 Lingkungan Mikro.....	11
	2.4.2 Lingkungan Makro	13
2.5	Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	15
2.6	Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	16
2.7	<i>Internal – External</i> (IE) Matriks.....	17
2.8	<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM)	18
2.9	Perumusan Strategi	21
2.10	Tinjauan Pustaka.....	23

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Obyek Penelitian	24
3.2	Metode Pengumpulan Data.....	24
3.3	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	25
3.4	Analisa Perumusan Strategi	25
	3.4.1 Tahap Input (<i>Input Stage</i>).....	26
	3.4.2 Tahap Pencocokan (<i>Matching Stage</i>).....	30
	3.4.3 Tahap Pengambilan Keputusan (<i>DecisionStage</i>)	32
3.5	Kerangka Pemecahan Masalah	34

BAB IV PENGUMPULAN, PENGOLAHAN, DAN ANALISA DATA

A.	Pengumpulan Data.....	35
B.	Pengolahan Data	36
	4.2.1 Tahap Input (<i>Input stage</i>)	36

A.	Analisa Perumusan Strategi	36
1.	Penilaian Terhadap Produk.....	36
2.	Penilaian Terhadap Harga	37
3.	Penilaian Terhadap Lokasi/Tempat	38
4.	Penilaian Terhadap Promosi.....	39
5.	Penilaian Terhadap karyawan.....	40
6.	Penilaian TerhadapProses.....	41
7.	Penilaian Terhadap Strategi Fisik.....	42
B.	Analisa Faktor Intrenal dan Eksternal	43
1.	Kekuatan (Strength).....	43
2.	Kelemahan (Weakness)	44
3.	Peluang (Opportunities)	46
4.	Ancaman (Threat)	47
C.	Analisis Matriks IFE dan EFE	49
1.	Matriks IFE.....	49
2.	Matriks EFE	50
4.2.2	Tahap Pencocokan (Matching Stage)	52
4.2.3	Tahap Keputusan (Decision Stage)	54
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan	57
5.2	Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Matriks Internal – Eksternal	31
Gambar 3.2 Kerangka Pemecahan Masalah	34
Gambar 4.1 Hasil Matriks I – E (Internal – Eksternal)	53

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka	23
Tabel 3.1 Metode <i>Paired Comparison</i>	27
Tabel 3.2 Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	29
Tabel 3.3 Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE)	30
Tabel 3.4 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM)	33
Tabel 4.1 Penilaian Konsumen Terhadap Produk	37
Tabel 4.2 Penilaian Terhadap Harga	38
Tabel 4.3 Penilaian Terhadap Lokasi/Tempat	39
Tabel 4.4 Penilaian Terhadap Promosi	40
Tabel 4.5 Penilaian Terhadap Karyawan	41
Tabel 4.6 Penilaian Terhadap Proses	41
Tabel 4.7 Penilaian Terhadap Strategi Fisik	42
Tabel 4.8 <i>Internal Factor Evaluation Matrix</i> (Matriks IFE).....	50
Tabel 4.9 <i>External Factor Evaluation Matrix</i> (Matriks EFE)	52
Tabel 4.10 Hasil Perhitungan QSPM	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Foto Warung makan Bebek Goreng H. Slamet Kartasura.....	61
Lampiran 2. Daftar menu Makanan	62
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian.....	63
Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	66
Lampiran 5. Pemberian Bobot Matriks IFE.....	67
Lampiran 6. Pemberian Bobot matriks EFE	68

ABSTRAKSI

Banyaknya pesaing menuntut Bebek Goreng H. Slamet untuk memilih strategi pemasaran yang tepat dalam menjalankan usahanya. Persaingan tersebut juga menuntut Bebek Goreng H. Slamet melakukan strategi yang cepat dan terencana, sehingga diperlukan suatu strategi yang tepat untuk menghadapi pesaingnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap pemasaran Bebek Goreng H. Slamet, sehingga didapat beberapa alternatif strategi yang dapat dilakukan Bebek Goreng H. Slamet. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah Sebagai bahan pertimbangan Bebek Goreng H. Slamet dalam menentukan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Metode analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan mengevaluasi faktor internal dan eksternal, dari hasil evaluasi didapatkan matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan matriks *External Factor Evaluation* (EFE), dari kedua matriks tersebut, dapat diketahui posisi suatu usaha menggunakan matriks *I-E (Internal-External Matrix)* dan diketahui beberapa alternatif strategi yang bisa dilakukan. Untuk menentukan strategi mana yang harus dilakukan terlebih dahulu, penelitian ini menggunakan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

Strategi yang dilakukan pertama kali adalah strategi pengembangan produk dengan nilai *Total Attractiveness Score* (TAS) sebesar 6,065. Alternatif strategi yang kedua adalah strategi penetrasi pasar dengan nilai TAS sebesar 5,856 dan alternatif ketiga yaitu peningkatan kualitas manajemen dengan nilai TAS sebesar 4,794. Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari analisa QSPM, maka alternatif strategi yang dapat diterapkan Bebek Goreng H. Slamet antara lain menyediakan menu makanan lain seperti bebek bakar, bebek panggang, menyediakan menu paket hemat dan penawaran diskon bagi konsumen, melakukan kerjasama dengan beberapa lembaga agar pangsa pasar lebih luas seperti bekerja sama dengan *tour travel*, memanggil staf ahli di bidang manajemen untuk meningkatkan operasional warung makan.

Kata kunci : Strategi pemasaran, Internal Factor Evaluation (IFE), External Factor Evaluation (EFE), Matriks I-E, QSPM.