

**LAPORAN TUGAS AKHIR**  
**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN**  
**METODE *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX* (QSPM) PADA**  
**UKM JAMU BISMA SEHAT**



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

**Diajukan oleh:**

**Marta Kusumaningtyas**

**D 600.140.071**

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

**2018**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN  
METODE *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX* (QSPM) PADA  
UKM JAMU BISMA SEHAT**

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 : Marta Kusumaningtyas

Nim : D600140071

Jur/ Fak : Teknik Industri / Teknik

Mengesahkan :

Dosen Pembimbing



(Much. Djunaidi, S.T., M.T)



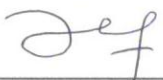
**HALAMAN PERSETUJUAN**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN  
METODE *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX* (QSPM) PADA  
UKM JAMU BISMA SEHAT**

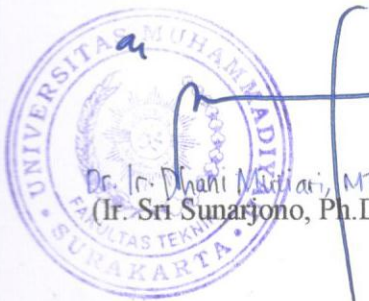

Telah dipertahankan pada Sidang Pendadaran Tugas Akhir  
Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Dihadapan dewan penguji

Hari / Tanggal -- : *Kamis / 25 Oktober 2018*  
Jam : *10.00 WIB*

Menyetujui :

Nama	Tanda Tangan
1. Much Djunaidi, S.T., M.T (Ketua Dewan Penguji)	
2. Ratnanto Fitriadi, S.T., M.T (Anggota 1 Dewan Penguji)	
3. Hafidh Munawir, S.T., M.Eng (Anggota 2 Dewan Penguji)	

Mengetahui :

Dekan Fakultas Teknik	Ketua Jurusan Teknik Industri
 Dr. Ir. Dhani Muliari, MT (Ir. Sri Sunarjono, Ph.D)	 (Eko Setiawan, ST., MT., Ph.D)

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam daftar pustaka.

Surakarta, September 2018

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Marta Kusumaningtyas', with a stylized initial 'M' and 'K'.

Marta Kusumaningtyas

## **MOTTO**

“Just believe in your process, because your process never betrayed the result”

(Penulis)

“Jangan mudah terlena dengan kalimat “semua orang ada waktunya masing-masing” sedangkan kamu tidak melakukan usaha apapun”

(Penulis)

“Jangan cepat takut pada apa yang belum kamu ketahui, cobalah masuk dalam kegelapan, apa yang membuatmu takut jika kau saja tidak pernah tau isi dalam kegelapan itu”

(Agus Suryatno)

## PERSEMBAHAN

Laporan Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Mama, Papa, Kakak, dan Adik serta keluarga yang memberikan dukungan tiada henti kepada Penulis
2. Bapak Much. Djunaidi, S.T., M.T selaku pembimbing pada pengerjaan tugas akhir
3. Teman-teman yang mendoakan dan selalu membantu
4. Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta.

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum, Wr, Wb*

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya serta memberikan kekuatan, kemudahan, kesabaran, ketabahan, keikhlasan dan kedamaian berfikir. Sehingga dengan pertolongan itu penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX* (QSPM) PADA UKM JAMU BISMA SEHAT**”. Tugas Akhir ini disusun sebagai persyaratan menyelesaikan program Studi S-1 untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Berdasarkan penyusunan Tugas Akhir penulis banyak mendapatkan saran, dorongan, serta bimbingan dari berbagai pihak yang terlibat, oleh karena itu dengan segala hormat dan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT atas segala kemudahan, kelancaran dan kekuatan yang diberikan kepada penulis sehingga segala rintangan yang dialami pada saat menuliskan Tugas Akhir dapat dilewati dengan berbagai pembelajaran
2. Mama, Papa yang selalu mendukung penulis baik moril dan materil dari awal kehidupan hingga saat ini
3. Bapak Ir. Sri Sunarjono, Ph.D selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta
4. Bapak Eko Setiawan, ST, MT, Ph.D selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta
5. Bapak Much. Djunaidi, S.T., M.T selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah membimbing penulis hingga akhir.
6. Seluruh Dosen Jurusan Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ilmu bermanfaat
7. UKM Jamu Bisma Sehat yang bersedia menjadi objek penelitian penulis

8. Keluarga Besar Unit Seni dan Film Universitas Muhammadiyah Surakarta (USF-UMS) yang banyak memberikan pengalaman pahit, manis, luka, cinta, dan kebersamaan sebagai wadah berproses “berpikir yang aneh” bagi penulis. I LOVE YOU!
9. Eliza, Enjel, Ica, Memet, Febby, Aris, Ajik, Cindy, Lara, Tyas, Bob, Tyo, Rizka, Ari, Adet, Yuyun, Laila, Yofita, Ajeng. Terima kasih atas segala dukungan, pembelajaran hidup, proses, waktu, susah, sedih, senang, air mata, dan kebahagiaan dalam hidup penulis
10. Teman-teman Angkatan Teknik Industri 2014 sebagai teman seperjuangan perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini kurang sempurna, maka kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi menyempurnakan Tugas Akhir ini. Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

*WassalamualakumWr. Wb*

Surakarta, 9 November 2018

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Sistematika Penulisan.....	3
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>5</b>
2.1 Pengertian Jamu.....	5
2.2 Kondisi Industri Jamu Saat ini.....	5
2.3 Pengertian Pemasaran.....	6
2.4 Strategi Pemasaran.....	7
2.4.1 <i>Marketing Mix</i> .....	7
2.5 <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i> .....	7
2.6 <i>Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix</i> .....	8

2.7	<i>External Factor Evaluation (EFE) Matrix</i>	9
2.8	<i>SWOT Matrix Analysis</i>	10
2.9	Metode QSPM ( <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> )	11
2.10	Tinjauan Pustaka	12
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		<b>15</b>
3.1	Waktu dan Objek Penelitian	15
3.2	Jenis Data	15
3.3	Kerangka Pemecahan Masalah	15
3.4	Prosedur Penelitian	17
3.4.1	Observasi Awal	17
3.4.2	Identifikasi Masalah	17
3.4.3	Pengumpulan Data	17
3.4.4	Penentuan Bobot dan <i>Rating</i>	17
3.4.5	Penentuan Posisi Perusahaan	17
3.4.6	Penyusunan Strategi dengan Matriks SWOT	18
3.4.7	Analisis QSPM	18
3.4.8	Keputusan Usulan Strategi Pemasaran	19
3.4.9	Kesimpulan	19
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		<b>20</b>
4.1	Keadaan Umum Perusahaan	19
4.1.1	UKM Jamu Bisma Sehat	19
4.1.2	Visi dan Misi UKM Jamu Bisma Sehat	22
4.2	Tahap <i>Input</i>	23
4.2.1	Tabel Penentuan Bobot	23
4.2.2	Perhitungan IFE ( <i>Internal Factor Evaluation</i> )	26
4.2.3	Perhitungan EFE ( <i>External Factor Evaluation</i> )	28
4.2.4	Penentuan Posisi Perusahaan	29
4.3	Tahap Pencocokan	30
4.3.1	Matriks SWOT	30
4.4	Tahap Pengambilan Keputusan	33

4.4.1 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)</i> .....	33
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>35</b>
5.1 Kesimpulan Penelitian .....	35
5.2 Saran.....	36
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Daftar Nama Industri Jamu di Kampung Nguter.....	2
Tabel 2.1 Tabel <i>Random Index</i> .....	8
Tabel 2.2 Tabel <i>Internal Factor Evaluation</i> .....	9
Tabel 2.3 Tabel <i>External Factor Evaluation</i> .....	10
Tabel 2.4 Tabel <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> .....	12
Tabel 4.1 Tabel Normalisasi Penentuan Bobot IFE.....	23
Tabel 4.2 Tabel Penentuan Lamda IFE .....	24
Tabel 4.3 Tabel Normalisasi Penentuan Bobot EFE.....	25
Tabel 4.4 Tabel Penentuan Lamda EFE .....	25
Tabel 4.5 Tabel <i>Internal Factor Evaluation</i> .....	26
Tabel 4.6 Tabel <i>External Factor Evaluation</i> .....	28
Tabel 4.7 Tabel Matriks SWOT UKM Jamu Bisma Sehat.....	30
Tabel 4.8 Tabel Pemilihan Alternatif Strategi .....	33

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Analisis Formulasi Strategi.....	7
Gambar 2.2 Diagram Analisis Matriks SWOT .....	11
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	16
Gambar 3.2 Perbandingan Berpasangan dalam AHP .....	18
Gambar 4.1 Katalog Produk Jamu Bisma Sehat .....	21
Gambar 4.2 Komposisi Salah Satu Jamu Produksi Bisma Sehat .....	22
Gambar 4.3 Diagram Penentuan Posisi Perusahaan .....	29

## ABSTRAK

UKM Jamu Bisma Sehat merupakan salah satu produsen jamu tradisional yang berada di Kampung Nguter, Sukoharjo. Permasalahan yang dihadapi oleh UKM Jamu Bisma Sehat salah satunya adalah pemasaran. Pemasaran yang dilakukan adalah dengan mengandalkan orang-orang perantauan luar Jawa untuk dibawa ke kampung halamannya, namun saat ini sudah memiliki sales *marketing* namun tetap dirasa kurang. Produk keluaran Bisma Sehat pun belum terlalu banyak dikenal, hanya pelanggan Bisma Sehat saja yang sudah mengetahui produk-produk keluaran Bisma Sehat. Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan alternatif strategi pemasaran pada UKM Jamu Bisma Sehat yang diharapkan dapat membantu dalam bidang pemasaran. Nilai IFE dan EFE masing-masing sebesar 2.79 dan 1.08, yang menempatkan posisi perusahaan pada Kuadran I yang berarti Proaktif. Hal itu menyatakan bahwa perusahaan dapat memanfaatkan peluang dengan kekuatan. Total TAS menunjukkan alternatif strategi 2 yaitu mempertahankan citra perusahaan sebagai produsen jamu alami yang berkualitas bernilai lebih besar dibandingkan dengan strategi 1 yakni 5.76. Dengan mempertahankan citra tersebut UKM Jamu Bisma Sehat dapat mengenalkan produk jamunya yang terbebas dari efek samping bahan kimia, hal itu menambah nilai positif bagi produk UKM Jamu Bisma Sehat.

**Kata kunci:** Strategi Pemasaran, SWOT, QSPM, Jamu Tradisional

## ABSTRACT

UKM JamuBismaSehat is one of the traditional herbal medicine producers located in Nguter Village, Sukoharjo. One of the problems faced by UKM JamuBismaSehat is marketing. Marketing is done by relying on people from outside of Java to be brought to their hometowns, for now they have sales marketing but it is still not enough. The products produced by BismaSehat have not been too well known, only BismaSehat customers are aware of BismaSehat's products. The purpose of this study is to provide an alternative marketing strategy for UKM JamuBismaSehat that are

expected to help in the field of marketing. IFE and EFE values are 2.79 and 1.08, respectively, which place the company's position on Quadrant I, which means Proactive. It states that companies can take advantage of opportunities with strength. Total TAS shows an alternative strategy 2, namely to maintain the company's image as a producer of quality natural herbs with a greater value than strategy 1, which is 5.76. By maintaining this image UKM JamuBismaSehat can introduce its products which are free from the side effects of chemicals, which adds a positive value to the products of UKM JamuBismaSehat.

Keywords: Marketing Strategy, SWOT, QSPM, Traditional Herbs