

TUGAS AKHIR

**ANALISA PENENTUAN PRIORITAS STRATEGI PEMASARAN
PRODUK TAHU UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK KONSUMEN
DENGAN MENGGUNAKAN METODE AHP (*ANALYTIC HIERARCHY
PROCESS*)**

(Studi Kasus: Sentra Industri Tahu Dusun Purwogondo, Kartasura)



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

Disusun Oleh :

SUDIYANTO
D 600 050 055

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2011**

TUGAS AKHIR

**ANALISA PENENTUAN PRIORITAS STRATEGI PEMASARAN
PRODUK TAHU UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK KONSUMEN
DENGAN MENGGUNAKAN METODE AHP (*ANALYTIC HIERARCHY
PROCESS*)**

(Studi Kasus: Sentra Industri Tahu Dusun Purwogondo, Kartasura)



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

Disusun Oleh :

SUDIYANTO
D 600 050 055

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2011**

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISA PENENTUAN PRIORITAS STRATEGI PEMASARAN
PRODUK TAHU UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK KONSUMEN
DENGAN MENGGUNAKAN METODE AHP (*ANALYTIC HIERARCHY
PROCESS*)**

Hari/Tanggal :

Jam :

Disusun Oleh:

SUDIYANTO

D 600 050 055

Mengesahkan:

Pembimbing I

Pembimbing II

(Indah Pratiwi, ST. MT.)

(Much Djunaidi, ST. MT)

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul ANALISA PENENTUAN PRIORITAS STRATEGI PEMASARAN PRODUK TAHU UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK KONSUMEN DENGAN MENGGUNAKAN METODE AHP (*ANALYTIC HIERARCHY PROCESS*) 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. Indah Pratiwi, ST. MT.

2. Much Djunaidi, ST. MT

3. Hafidh Munawir, ST. M. Eng

4. Siti Nandiroh, ST. M. Eng

Mengetahui:

Dekan Fakultas Teknik

Ketua Jurusan Teknik Industri

(Ir. Agus Riyanto, MT.)

(A. Kholid Al Ghofari, ST. MT)

MOTTO :

**“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”
(Al-Baqarah : 286)**

Di dalam kesedihan, pasti kebahagiaan mengintai, begitu pula sebaliknya! (Penulis)

Berjuang untuk kepentingan umum / orang lain itu lebih baik, dari pada berjuang untuk diri sendiri! (Penulis)

Segala sesuatu yang kita inginkan / yang kita harapkan itu syarat akan sebuah pengorbanan, bahkan terkadang dengan pengorbanan itupun belum cukup untuk mendapatkan apa yang kita inginkan! (Penulis)

**Memang baik menjadi orang penting, tapi lebih penting lagi menjadi orang baik.
(Permadi Alibasyah)**

Tundukkanlah hati untuk selalu melihat kebawah, supaya kita dapat mensyukuri segala sesuatu yang telah diberikanNYA! (Penulis)

PERSEMBAHAN

Laporan Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada:

- 1. Bopo dan Ibu yang telah memberikan dukungan, Do'a serta semangat untuk dapat menjadi orang yang lebih baik.*
- 2. Keluargaku tercinta yang selalu memberikan yang terbaik buatku*
- 3. Temanku Han's (Handoko), Joe (Bathoro), dan Aceng (Ageng) Karena kalian aku bisa menjadi lebih hidup.*
- 4. Semua anak-anak, 2005, do the best for our community!!!!!!*
- 5. Semua orang yang telah terlibat dalam skenario hidupku di dunia ini.*
- 6. 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 " **ANALISA PENENTUAN PRIORITAS STRATEGI PEMASARAN PRODUK TAHU UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK KONSUMEN DENGAN MENGGUNAKAN METODE AHP (ANALYTIC HIERARCHY PROCESS)**".

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. Agus Riyanto, MT, selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak A. Kholid Al Ghofari, ST. MT, selaku ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Indah Pratiwi, ST. MT, dan Bapak Much Djunaidi, ST. MT, selaku Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan arahan kepada penulis dalam penulisan demi kemajuan Tugas Akhir penulis.
4. Bapak Hafidh Munawir, ST. M. Eng. dan Ibu Siti Nandiroh, ST. M. Eng, selaku Penguji Tugas Akhir yang telah memberikan masukan kepada penulis guna perbaikan yang lebih baik.

5. Bapak Joko dan pengusaha tahu lainnya di wilayah Sentra Industri Tahu Dusun Purwogondo yang telah membantu dalam pengisian kuesioner.
6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi bekal ilmu kepada penulis selama masa kuliah.
7. Bapak dan ibu yang telah memberikan dorongan moral dan material sehingga dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
8. Teman-teman angkatan 2005.
9. Semua orang dan teman-teman terdekatku dimanapun berada yang selama ini telah mengisi bagian dari hidupku.

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. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, Maret 2011

Penulis

ABSTRAKSI

Pada penelitian di sentral industri tahu Dusun Purwogondo kelurahan Kartasura ini, untuk sistem pemasarannya masih sederhana tanpa memperhatikan faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemasaran tahu seperti faktor produk, harga, tempat, promosi, dan *service*/layanan.

Untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh dalam sistem pemasaran tahu di sentra industri tahu dusun Purwogondo kelurahan Kartasura dapat menggunakan metode *AHP (Analytical Hierarchy Process)*. Data yang diambil dengan menyebarkan kuesioner dan yang menjadi responden dalam kuesioner ini adalah para pengusaha tahu atau pemilik perusahaan tahu.

Hasil dari pengujian faktor, sub faktor dengan metode *AHP (Analytical Hierarchy Process)* diperoleh *consistency ratio* di bawah 10% yang menunjukkan bahwa data valid, didapatkan nilai bobot global setiap faktor dan sub faktor. Hasil sebagai berikut: faktor harga (*price*) sebesar 0,313, faktor produk 0,220, faktor (*service*) 0,214, faktor promosi 0,177, sedangkan faktor tempat (*place*) 0,076. Pada pembobotan global antar sub faktor, sistem diskon 0,217, meningkatkan mutu produk 0,144, memberikan bonus sebesar 0,129, keterangan kadaluarsa 0,119, harga normal 0,096, kemasan 0,095, tekstur 0,076, memberikan merk 0,048, pasar tradisional 0,045, dan terakhir swalayan 0,03.

Dari hasil perhitungan menggunakan metode *AHP (Analytical Hierarchy Process)* didapat kesimpulan bahwa dalam upaya penentuan prioritas strategi pemasaran tahu di Sentra industri tahu Dusun Purwogondo lebih memprioritaskan pada faktor harga untuk mencapai hasil yang maksimal dalam upaya untuk lebih bisa menarik minat konsumen membeli produk tahu.

Kata Kunci : *AHP*, bobot global, strategi.