

TUGAS AKHIR
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SARINIRA *HOTCHOCOLATE*
DENGAN METODE BCG (*Boston Consulting Group*), SWOT DAN
BENCHMARKING
(Studi Kasus: CV. Sari Nira Nusantara)



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

Diajukan Oleh:

ENRIKO AKBAR

D600 110 052

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

2014

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SARINIRA *HOTCHOCOLATE*
DENGAN METODE BCG (*Boston Consulting Group*), SWOT DAN
*BENCHMARKING***

(Studi Kasus: CV. Sari Nira Nusantara)

Tugas Akhir ini telah diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Studi Strata 1 untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik Industri Jurusan Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta, pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 3 Oktober 2014

Disusun Oleh:

Nama : ENRIKO AKBAR
NIM : D 600 110 052

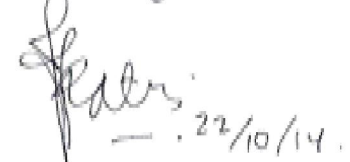
Mengesahkan,

Pembimbing 1



(Much Djunaidi, ST, MT.)

Pembimbing 2



(Indah Pratiwi, ST, MT.)

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SARINIRA *HOTCHOCOLATE* DENGAN METODE BCG (*Boston Consulting Group*), SWOT DAN *BENCHMARKING* (Studi Kasus: CV. Sari Nira Nusantara) 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, pada:

Hari/Tanggal : Jumat, 3 - Oktober - 2019

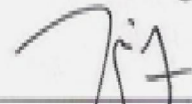
Jam : 08.00 WIB

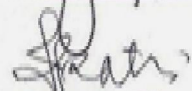
Menyetujui,

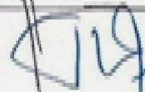
Tim Penguji

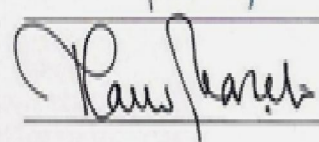
1. Much. Djunaidi, ST, MT.
(Ketua)
2. Indah Pratiwi, ST, MT.
(Anggota)
3. Mila Faila Sufa, ST, MT.
(Anggota)
4. Hari Prasetyo, ST, MT, Ph.D.
(Anggota)

Tanda Tangan









Mengetahui,

Dekan Fakultas Teknik



(H. Sri Sunariono, MT, Ph.D.)

Ketua Jurusan Teknik Industri



(Hafidh Murnawir, ST, M.Eng.)

PERNYATAAN

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

Surakarta, 3 Oktober 2014



Enriko Akbar

MOTTO

*“Ada dua nikmat kebanyakan manusia dirugikan yaitu
nikmat sehat dan nikmat longgar”*

(HR. Bukhori)

*“Jangan biarkan hidup mematahkan semangatmu,
setiap orang yang mengalami kegagalan harus
memulai dari awal”*

(Manshurin)

*“Orang selalu mengatakan waktu akan merubah
segalanya*

*Namun, sebenarnya kaulah yang harus merubah diri
sendiri”*

(Penulis)

*“Hidup adalah belajar
Belajar bersyukur meski tak cukup
Belajar ikhlas meski tak rela
Belajar taat meski berat
Belajar memahami meski tak sehat
Dan belajar bersabar meski terbebani”*

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Laporan Tugas Akhir ini dipersembahkan kepada:

1. Papa Mama dan Adik-adikku tercinta yang telah memberikan dukungan, doa, serta motivasi dalam meraih semua cita-cita dan harapan
2. Terima kasih kepada Rehan, Emir, Indra Farrel, Nur Endah, Titin, Ratih, Linda, Ida dan Bayu Nurseto yang selalu memberi motivasi dalam mengerjakan Tugas Akhir ini.
3. Teman-teman Teknik Industri angkatan 2011, 2010 dan 2009 atas dukungan dan persahabatan selama masa kuliah.
4. Pembaca yang budiman.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya. Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SARINIRA *HOTCHOCOLATE* DENGAN METODE BCG (*Boston Consulting Group*), ANALISIS SWOT DAN *BENCHMARKING*". Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam 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 Much. Djunaidi, ST, MT. dan Ibu Indah Pratiwi, ST, MT selaku Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan arahan kepada penulis dalam penulisan Tugas Akhir ini.
4. Bapak Muchlison Anis, ST, MT. dan Ibu Mila Faila Sufa, ST, MT. selaku Penguji Tugas Akhir yang telah memberikan masukan kepada penulis guna perbaikan yang lebih baik.
5. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi bekal ilmu kepada penulis selama masa kuliah.
6. Direktur CV. Sari Nira Nusantara Bapak Rehan Abdulah Salam, STP. dan seluruh karyawan yang telah banyak membantu dan meluangkan waktunya dalam menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.

7. Ir. H. Joko Prasajo dan Hj. Ita Rosita, SE. selaku orang tua yang telah memberikan dukungan, doa, serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
8. Dito Khoirol Huda, S.Kom., Dio Rosy Astantri, S.Km., Enrika Devinsky dan Mallika Dewi selaku adik penulis tercinta yang telah memberikan semangat dan doa sehingga dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
9. Teman-teman angkatan 2011, 2010 dan 2009 yang selalu mendukung dalam mengerjakan Tugas Akhir Ini.
10. Emir Aulia, Indra Fanny R, Nur Endah, Yudhi Prasetyo, Bestari Novriansya Rizki, Murtono Andi P, Rizky HS selaku sahabat yang selalu memberikan semangat dalam penulisan Tugas Akhir ini.
11. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.

Penulis sadar bahwasannya dalam penulisan ini masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi sempurnanya laporan Tugas Akhir ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih, semoga laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, Oktober 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAKSI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian	3
1.5. Manfaat Penelitian	3
1.6. Sistematika Penulisan	4
BAB I LANDASAN TEORI	
2.1. Usaha Kecil Menengah (UKM)	5
2.2. Pemasaran	7
2.3. Strategi Pemasaran	10
2.4. Analisis <i>Marketing Mix</i>	16
2.5. Analisis BCG	19
2.6. Analisis SWOT	24
2.7. <i>Benchmarking</i>	34
2.8. Tinjauan Pustaka	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Objek Penelitian	44

3.2. Teknik Pengambilan Data	44
1. Observasi Lapangan	44
2. Studi Pustaka	44
3. Wawancara	45
4. Kuisisioner	45
3.3. Metode Pengolahan Data	45
1. Analisis BCG	45
2. Analisis SWOT	46
3. Proses <i>Benchmarking</i>	47
4. Hasil Pengolahan Data	47
3.4. Kerangka Pemecahan Masalah	49
BAB IV PENGUMPULAN, PENGOLAHAN DAN ANALISA DATA	
4.1. Pengumpulan Data	50
4.1.1. Data Produk	50
4.1.2. Data Volume Penjualan.....	51
4.1.3. Data Volume Penjualan Pesaing.....	51
4.2. Pengolahan Data	52
4.2.1. Analisis BCG.....	52
4.2.2. Analisis SWOT.....	55
4.2.3. Analisis <i>Benchmarking</i>	63
4.3. Penentuan Strategi Pemasaran Dengan BCG, SWOT dan <i>Benchmarking</i>	66
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	69
5.2. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Variabel 4P	16
Tabel 2.2 EFAS	30
Tabel 2.3 IFAS	32
Tabel 2.4 Matriks SWOT	33
Tabel 3.1 Matrik Hasil Analisa Data Dari Tiga Metode	48
Tabel 4.1 Data Penjualan Produk CV. Sari Nira Nusantara	51
Tabel 4.2 Data Penjualan Sarinira <i>Hotchocolate</i>	51
Tabel 4.3 Data Penjualan Pesaing Perusahaan Tahun 2013	52
Tabel 4.4 Identifikasi Faktor Internal CV. Sari Nira Nusantara	55
Tabel 4.5 IFAS (<i>Internal Factors Analysis Summary</i>)	56
Tabel 4.6 Identifikasi Faktor Eksternal CV. Sari Nira Nusantara	57
Tabel 4.7 EFAS (<i>Eksternal Factors Analysis Summary</i>)	58
Tabel 4.8 Matriks SWOT CV. Sari Nira Nusantara.....	60
Tabel 4.9 Matriks <i>Benchmarking</i> Produk <i>Hot Chocolate</i>	63
Tabel 4.10 Matrik Hasil Analisa Data BCG, SWOT, dan Benchmarking Pada CV. Sari Nira Nusantara	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Matrik BCG.....	20
Gambar 2.2 Analisis SWOT.....	26
Gambar 2.3 Aliran Proses Perencanaan dengan Analisis SWOT	27
Gambar 2.4 Diagram Cartesius Analisis SWOT	29
Gambar 2.5 Penerapan <i>Benchmarking</i> Strategis	35
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	49
Gambar 4.1 Matrik BCG CV. Sari Nira Nusantara.....	54
Gambar 4.2 Diagram SWOT.....	59

ABSTRAKSI

CV. SARI NIRA NUSANTARA merupakan industri kecil dan menengah (UKM) yang memproduksi Sarinira *Hotchocolate*, merupakan serbuk minuman kemasan perpaduan antara gula aren kristal dengan *dark chocolate* premium, berkualitas dan anti diabetes. Sarinira *Hotchocolate* termasuk produk yang baru, karena belum dikenal masyarakat luas. Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dan berdaya saing dengan mengidentifikasi dari menilai factor-faktor internal perusahaan dan eksternal lingkungan yang mempengaruhi pada perusahaan.

Pada penelitian ini menggunakan analisis strategi pemasaran yaitu Matrik BCG (*Boston Consulting Group*), analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Treath*) dan *Benchmarking*. Matrik BCG untuk mengetahui tingkat pertumbuhan pasar dan pangsa pasar relatif. Analisis SWOT untuk menganalisis yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. *Benchmarking* digunakan sebagai perbandingan antara Sarinira *Hotchocolate* dengan pesaing. Tujuan penelitian ini untuk menentukan strategi pemasaran yang baik agar produk dapat dikenal masyarakat dan dapat bersaing dengan produk sejenis lainnya.

Hasil penelitian matrik BCG, berdasarkan hasil perhitungan tingkat pertumbuhan pasar adalah 15 % dan hasil perhitungan pangsa pasar relatif adalah $0,31 < 1$ sehingga berada di posisi *question mark* (tanda tanya). Pada posisi ini perusahaan harus memutuskan apakah akan memperkuat divisi ini dengan menjalankan strategi intensif (pengembangan pasar atau pengembangan produk) atau menjualnya. Hasil penelitian Analisis SWOT dari penilaian IFAS adalah 3,3 dan EFAS adalah 3,2. Maka posisi diagram SWOT adalah *Growth* (perkembangan), yaitu menggunakan strategi SO (*Strength Opportunies*) berupa Meningkatkan keunggulan produk, Menjaga pelayanan yang sebaik mungkin terhadap konsumen, Memperluas jaringan pemasaran di wilayah Yogyakarta dan kota-kota lainnya, Mengikuti pameran, dan Memperbarui informasi pada website dan jejaring sosial sebagai media promosi dan pengakuan masyarakat. Hasil penelitian *Brenchmarking*, produk Sarinira *Hotchocolate* memiliki keunggulan pada cita rasa coklat yang pekat dan aman dikonsumsi penderita diabetes. Namun, perlu adanya perbaikan dalam kemasan agar dibuat semenarik mungkin sehingga menambah nilai jual pada konsumen. Harga jual yang ditawarkan cukup terjangkau tetapi jika dibandingkan dengan harga produk perusahaan sangat berbeda harganya jauh lebih murah. Pada pemasaran juga perlu adanya strategi dan penambahan distributor agar penjualan Sarinira *Hotchocolate* meningkat.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Matrik BCG, SWOT, *Benchmarking*.