

TUGAS AKHIR

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA UKM BUNDA DI KEDUNG COWEK SURABAYA



Disusun Oleh :

BONEFASIUS SUKARIA
NBI : 1411800025

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2022

TUGAS AKHIR

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA UKM BUNDA DI
KEDUNG COWEK SURABAYA



BONEFASIUS SUKARIA
NBI : 1411800025

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2022

TUGAS AKHIR

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA UKM BUNDA DI
KEDUNG COWEK SURABAYA**



DI SUSUN OLEH :

BONEFASIUS SUKARIA

1411800025

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2022

TUGAS AKHIR

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA UKM BUNDA DI
KEDUNG COWEK SURABAYA**

**Untuk memperoleh gelar Sarjana
Strata satu (S1) dalam ilmu Teknik Industri
Pada program studi Teknik Industri
Fakultas Teknik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

Oleh :

BONEFASIUS SUKARIA

NBI :1411800025

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

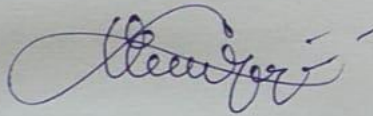
2022

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nama : Bonefasius Sukaria
NBI : 1411800025
Program Studi : Teknik Industri
Judul Tugas Akhir : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA UKM BUNDA DI
KEDUNG COWEK SURABAYA

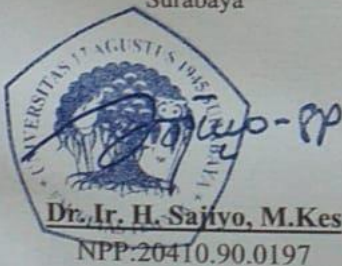
Tugas Akhir ini telah disetujui
Tanggal 16 Juni 2022

Mengetahui/Menyetujui
Dosen Pembimbing



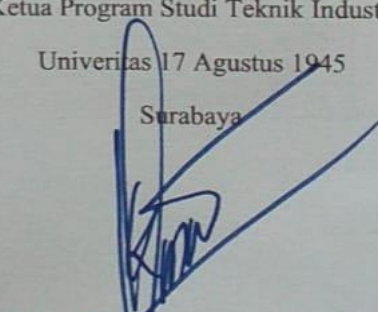
Dr. I Nyoman Lokajaya, ST, MM
NPP:20410.97.0499

Dekan Fakultas Teknik
Universita 17 Agustus1945
Surabaya



Dr. Ir. H. Sajyo, M.Kes
NPP:20410.90.0197

Ketua Program Studi Teknik Industri
Univeritas 17 Agustus 1945
Surabaya



Herv Murnawan, S.T., M.T.
NPP:20410.94.0378

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

LEMBAR PENETAPAN PANITIA PENGUJI

Nama : Bonefasius Sukaria
NBI : 141180002
Fakultas : Teknik
Jurusan : Teknik Industri
Judul : **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA UKM BUNDA
DI KEDUNG COWEK SURABAYA**

Tugas Akhir ini telah diuji pada : Tanggal 07 Juni 2022

Panitia Penguji Tugas Akhir Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Teknik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Ketua	Dr. I Nyoman Lokajaya, S.T., M.T.	NPP : 20410.97.0499
Anggota	Dr. Ir. Zainal Arief, MT	NPP: 20410.86.0072
	Hery Murnawan, S.T; M.T.	NPP:20410.94.0378

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan dibawah :

Nama : Bonefasius Sukaria

NBI : 141800025

Jurusan : Industri

Fakultas : Teknik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul :

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA UKM BUNDA DI KEDUNG COWEK SURABAYA

Skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil-alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Surabaya, 28 Mei 2022

Yang membuat pernyataan,



Bonefasius Sukaria
NBI. 1411800025



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bonefasius Sukaria
NBI/ NPM : 1411800093
Fakultas : Teknik
Program Studi : Teknik Industri
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

“ ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA UKM BUNDA DI KEDUNG COWEK SURABAYA ”

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)*, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 27 Juni 2022

Yang Menyatakan,



(Bonefasius Sukaria)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir (skripsi) ini tepat pada waktunya. Skripsi yang berjudul ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA UKM BUNDA DI KEDUNG COWEK SURABAYA disusun untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh gelar Sarjana Teknik di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, tidak lepas dari bantuan berbagai pihak baik berupa sumbangan pikiran maupun sumbangan finansial. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak terutama kepada :

1. Bapak Prof Dr. Mulyanto Nugroho, MM;CMA;CPA, selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Bapak Dr. Ir. Sajiyo, M.Kes, selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Hery Murnawan,S.T; M.T, selaku Kaprodi Teknik Industri Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Bapak Dr. I Nyoman Lokajaya, S.T; M.T, selaku pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan dan petunjuk dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Para Dosen pengajar yang telah memberikan ilmunya.
6. Bapak dan ibuku tercinta serta saudariku yang telah memberikan dorongan berupa Doa dan Bantuan Finansial guna kelancaran proses penyelesaian Skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan yang telah menyumbang gagasan berharga dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini dan semua pihak yang tak mungkin disebutkan satu persatu dalam skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran konstruktif dari semua pihak penulis sangat mengharapkan guna penyempurnaan karya ilmiah selanjutnya. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Surabaya, 01 juli 2022

Penulis

Bonefasius Sukaria

ABSTRAK

UKM Bunda Surabaya merupakan usaha kecil dan menengah yang secara organisasi memanfaatkan sumber daya alam hasil kelautan dan perikanan. Dalam menjalankannya usaha ini memiliki kesulitan dalam melakukan pemasaran sehingga melemahnya jumlah permintaan yang membuat pendapatan usaha tidak stabil. UKM Bunda melalui metode SWOT menghasilkan Matriks IFE dengan total skor 0,3328. Matriks EFE dengan total skor 0,3947. Sedangkan melalui metode AHP prioritas strategi yang diterapkan di UKM Bunda yaitu Strategi SO Melakukan kerja sama dengan tempat-tempat wisata agar sesuai dengan daya beli konsumen dengan membuat inovasi varian rasa produk yang belum dimiliki. Strategi WO Membangun kepercayaan antar pekerja melalui pelatihan-pelatihan keterampilan yang diadakan oleh pemerintah. Strategi ST Menjaga stabilitas harga agar tetap bersaing dipasar. Strategi WT Terus menerus melakukan promosi dengan pengembangan produk yang memiliki nilai tambah dengan harga yang terjangkau agar dikenal oleh masyarakat luas. Startegi pemasaran yang diterapkan di UKM Bunda adalah Menggunakan teknologi dan informasi melalui website marketing untuk mempromosikan produk UKM, Melakukan kerja sama dengan tempat-tempat wisata agar sesuai dengan daya beli konsumen dengan membuat inovasi varian rasa produk yang belum dimiliki, Membangun kepercayaan antar pekerja melalui pelatihan-pelatihan keterampilan yang diadakan oleh pemerintah, Menggunakan Instagram dan WhatsApp sebagai media pemasaran seiring dengan pangsa pasar yang potensial, Memaksimalkan mutu dan kualitas SDM melihat permintaan yang semakin meningkat, Memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi sebagai media promosi agar volume penjualan meningkat, Menjaga stabilitas harga agar tetap bersaing dipasar, Mencari Supplier yang kompetitif agar mendapatkan bahan baku yang baik dari segi kualitas maupun kuantitas, Membuat sertifikat Halal produk ditengah persaingan usaha yang semakin ketat, dan Melakukan inovasi produk untuk tetap bertahan ditengah munculnya produk sejenis.

Kata kunci : *Strategi pemasaran, SWOT, AHP*

ABSTRACT

UKM Bunda Surabaya is a small and medium business that organizationally utilizes marine and fishery natural resources. In running this business, it has difficulties in doing marketing so that the weakening of the number of requests makes business income unstable. UKM Bunda through the SWOT method produces an IFE Matrix with a total score of 0.3328. EFE matrix with a total score of 0.3947. Meanwhile, through the AHP method, the priority strategy applied at UKM Bunda is the SO Strategy. Cooperating with tourist attractions to suit consumer purchasing power by creating innovative product flavors that are not yet owned. WO Strategy Build trust among workers through skills training held by the government. ST Strategy Maintain price stability in order to remain competitive in the market. WT Strategy Continuous promotion by developing value-added products at affordable prices to be recognized by the wider community. The marketing strategy implemented at UKM Bunda is using technology and information through website marketing to promote SME products, Cooperating with tourist attractions to match consumer purchasing power by creating innovative product flavors that are not yet owned, Building trust between workers through training - skills training held by the government, Using Instagram and WhatsApp as marketing media in line with potential market share, Maximizing the quality and quality of human resources in view of increasing demand, Taking advantage of advances in technology and information as promotional media to increase sales volume, Maintaining price stability so that keep competing in the market, looking for competitive suppliers in order to get good raw materials in terms of quality and quantity, making product halal certificates in the midst of increasingly fierce business competition, and innovating products to stay afloat amid the emergence of similar product.

Keywords: *Marketing strategy, SWOT, AHP*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Ruang Lingkup Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Pengendalian Persediaan	7
2.1.1 Pengertian Pengendalian Persediaan	7
2.2. Diagram Pareto.....	8
2.3 Sistem Produksi.....	8
2.3.1 Proses Produksi	9
2.4 Startegi	9
2.4.1 Tipe-Tipe Strategi	10
2.5 Pengertian Strategi Pemasaran	11
2.6 Pemasaran.....	11
2.6.1 Konsep Pemasaran	12
2.6.2 Unsur-Unsur Utama Pemasaran.....	13
2.6.3 Fungsi Pemasaran	14
2.7 Usaha Kecil dan Menengah (UKM).....	15
2.8 Analisis SWOT	16
2.8.1 Kegunaan Analisis SWOT	17

2.8.2 Model Analisis SWOT	17
2.8.3 Diagram Analisis SWOT	19
2.9 Analytical Hierarchy Process	20
2.9.1 Pengertian Analytical Hierarchy Process	20
2.9.2 Prinsip Dasar Analytical Hierarchy Process	22
2.9.3 Tahapan Analytical Hierarchy Process	24
2.10 Penelitian Terdahulu	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Penjelasan Tentang Metodologi Penelitian	29
3.1.1 Jenis Penelitian	29
3.1.2 Objek Penelitian	29
3.1.3 Jenis dan Sumber Data	29
3.2 Diagram Alir Penelitian	31
3.3 Perencanaan Penelitian	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Profil Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Bunda Surabaya	35
4.2 Visi dan Misi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Bunda Surabaya	35
4.3 Struktur organisasi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Bunda Surabaya	36
4.4 Diagram Pareto	37
4.5 Inventory Control	38
4.5.1 Pengadaan bahan baku	38
4.5.2 Proses Produksi	40
4.5.3 Operation Process Chart (OPC) Abon	45
4.6 Hasil pengumpulan data Kuesioner	46
4.6.1 Uji Kuesioner	46
4.6.2 Uji Validitas	46
4.6.3 Uji Reliabilitas	48
4.7 Pengolahan data SWOT	48
4.7.1 Perhitungan Skor SWOT	48
4.7.2 Diagram Analisis SWOT	50
4.7.3 Matriks faktor internal dan eksternal	51
4.7.4 Peringkat SWOT	53

4.8 Pemilihan Strategi dengan Metode AHP	59
4.9 Analisis Hasil Pengolahan Data	67
4.9.1 Analisis Hasil Pengolahan Data SWOT	67
4.9.2 Analisis Hasil Pengolahan Data AHP	68
BAB V PENUTUP	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	70
Daftar Pustaka	71
Lampiran	74
BIOGRAFI	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik pendapatan UKM Bunda	3
Gambar 2.1 Diagaram analisis SWOT	18
Gambar 2.3 Hierarki model AHP	21
Gambar 3.1 Diagram alir penelitian	28
Gambar 4.1 Struktur organisasi UKM Bunda.....	33
Gambar 4.2 Diagram pareto data produk terjual	34
Gambar 4.3 Proses pembuatan abon kerang (OPC).....	41
Gambar 4.4 Strategi pemasaran UKM Bunda	47
Gambar 4.5 Matriks faktor internal dan eksternal UKM Bunda.....	48
Gambar 4.6 Matriks SWOT UKM Bunda	52
Gambar 4.7 Kemasan Kertas	53
Gambar 4.8 Kemasan Plastik.....	53
Gambar 4.9 Hirarki keputusan AHP.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data pendapatan UKM Bunda.....	2
Tabel 2.1 Matriks SWOT	16
Tabel 2.2 Skala penilaian perbandingan berpasangan	21
Tabel 2.3 Random Index	22
Tabel 3.1 Jadwal penelitian di UKM Bunda.....	31
Tabel 4.1 Data produk terjauai januari 2022	34
Tabel 4.2 Jumlah kebutuhan bahan baku abon kerang	35
Tabel 4.3 Jumlah pemakaian bahan baku abon kerang.....	36
Tabel 4.4 Jumlah Produksi	36
Tabel 4.5 Biaya tetap produksi	39
Tabel 4.6 Biaya Variable Produksi	39
Tabel 4.8 Hasil uji validitas	43
Tabel 4.9 Uji realibilitas data.....	44
Tabel 4.10 Total skor faktor internal kekuatan (S)	44
Tabel 4.11 Total skor faktor internal kelemahan (W)	45
Tabel 4.12 Total skor faktor eksternal Peluang (O).....	45
Tabel 4.13 Total skor faktor eksternal ancaman (T).....	46
Tabel 4.14 Peringkat faktor Internal	49
Tabel 4.15 Peringkat faktor Eksternal	50
Tabel 4.16 Rangkuman strategi	54
Tabel 4.17 Matriks perbandingan SO	56
Tabel 4.18 Matriks perbandingan WO	57
Tabel 4.19 Matriks perbandingan ST	58
Tabel 4.20 Matriks perbandingan WT	59
Tabel 4.21 Rekapitulasi AHP	60
Tabel 4.22 Perioritas strategi	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Penentuan Bobot dan Rating	75
Lampiran 2.1 Penentuan Tingkat Kepentingan	78
Lampiran 3.1 Hasil Kuesioner SWOT.....	85
Lampiran 4.1 Hasil Kuesioner AHP	94
Lampiran 5.1 Uji Validitas dan uji Reliabilitas	95