

## **TUGAS AKHIR**

# **ANALISIS PEMASARAN USAHA MIE ABUL DI KABUPATEN BOGOR DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN QSPM**

**Diajukan guna melengkapi sebagian syarat  
Dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1)**



**Disusun Oleh:**

Nama : Wawan Kurniawan

NIM : 41617210003

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2021**

## HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wawan Kurniawan

Nim : 41617210003

Program Studi : Teknik Industri

Fakultas : Teknik

Judul Tugas Akhir : Analisis Pemasaran Usaha Mie Abul di Kabupaten Bogor  
Dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Laporan Tugas Akhir yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan Laporan Tugas Akhir ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada paksaan dari pihak manapun.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Penulis



(Wawan Kurniawan)

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ANALISIS PEMASARAN USAHA MIE ABUL DI  
KABUPATEN BOGOR DENGAN MENGGUNAKAN  
METODE SWOT DAN QSPM**



**Dibuat Oleh:**

Nama : Wawan Kurniawan  
NIM : 41617210003  
Program Studi : Teknik Industri

Dosen Pembimbing 1,

(Novera Elisa Triana, S.T., M.T.)

Dosen Pembimbing 2,

(Andary Asvaroza Munita H, S.T., M.T.)

Mengetahui

Koordinator Tugas Akhir / Ketua Program Studi Teknik Industri

(Dr. Zulfa Fitri Ikatrinasari, M.T.)

## ABSTRAK

Bisnis makanan merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan karena makanan menempati urutan teratas dalam pemenuhan kebutuhan pokok manusia. Seiring dengan perkembangan jaman, kecenderungan orang untuk makan di luar rumah semakin meningkat dengan berbagai alasan praktis, ekonomis maupun *prestige*. Konsep yang ditawarkan kepada konsumen berbeda-beda salah satunya yaitu UKM makanan yang menyajikan menu beragam dan cepat saji. Ketatnya persaingan UKM mengharuskan pengelola UKM memanfaatkan peluang yang ada. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui alternatif perencanaan strategi dan prioritas strategi pengembangan UKM Mie Abul di Kabupaten Bogor. Penelitian ini menggunakan matriks Internal Eksternal (IE), Matriks *Strength, Weakness, Opportunity* dan *Threat* (SWOT) dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Matrik IE dan SWOT digunakan untuk perencanaan alternatif strategi sedangkan matrik QSPM digunakan untuk penentuan strategi prioritas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dapat diterapkan yaitu Penetrasi Pasar dan pengembangan produk. Prioritas strategi dengan nilai *Total Attractive Score* tertinggi adalah menambah dan memperbaiki fasilitas agar konsumen merasa nyaman.

Kata kunci: Matriks IFE, Matriks EFE, IE, SWOT, QSPM



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## **ABSTRACT**

*The food business is one of the promising businesses because food tops the list in meeting basic human needs. Along with the development of the era, the tendency of people to eat outdoors is increasing for various practical, economical and prestige reasons. The concept offered to consumers is different, one of which is UKM food that serves a diverse menu and fast food. The tight competition of SMEs requires SME managers to take advantage of existing opportunities. The purpose of this research is to find out the alternative planning strategies and priorities of the SME mie Abul development strategy in Bogor Regency. This study used Internal External matrix (IE), Strength Matrix, Weakness, Opportunity and Threat (SWOT) and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Matric IE and SWOT are used for alternative planning strategies while QSPM matrices are used for priority strategy determination. The results showed that the strategies that can be applied are Market Penetration and product development. The priority of the strategy with the highest Total Attractive Score is to add and improve facilities to make consumers feel comfortable.*

*Keywords: Matrix IFE, Matrix EFE, IE, SWOT, QSPM*



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah Subhanahu Wata'ala, yang telah memberikan Nikmat sehat, islam dan karunia-Nya kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan Judul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA UKM KULINER MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN QSPM DI KABUPATEN BOGOR” yang dilakukan disalah satu franchise Mie Abul di Kabupaten Bogor, dengan baik dan tepat pada waktunya. Penyusunan Tugas Akhir ini dibuat dalam rangka memenuhi syarat-syarat kelulusan Strata 1 di Universitas Mercu Buana Bekasi – Indonesia.

Sehubungan dengan segala keterbatasan yang ada pada diri saya, maka saya menyadari bahwa dalam penulisan karya ini bukanlah hasil jerih payah sendiri, melainkan berkat bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya berterima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dan dukungan dalam penyusunan karya ini. Oleh karena itu, perkenankanlah saya untuk menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan nikmat sehat, nikmat iman, Islam, dan karunia-Nya kepada saya.
2. Kedua orang tua dan keluarga yang terus memberikan dukungan moral maupun materi dan tak lupa mendoakan saya.
3. Ibu Dr. Zulfa Fitri Ikatrinasari, MT, selaku Ketua Prodi Teknik Industri
4. Ibu Bethriza Hanum, S.T., M.T. selaku Sekretaris Program Studi Teknik Industri.
5. Ibu Uly Amrina, S.T, MM selaku pengampu mata kuliah Tugas Akhir
6. Ibu Novera Elisa Triana, S,T., M.T., dan Ibu Andary Asvarozza Munita H, S.T., M.T. Selaku dosen pembimbing Tugas Akhir, yang telah membimbing saya selama proses pembuatan Laporan Tugas Akhir ini.
7. Kepada Rekan Usaha *Franchise* Mie Abul yaitu Riki Saputra dan Mulyana yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.

8. Dea yang telah menemani dan memberikan masukan-masukan untuk Tugas Akhir ini.
9. Teman-teman Teknik Industri 17 yang telah membantu dan memberi dukungan dalam penyusunan Tugas Akhir. Dan semua pihak yang penulis tidak bisa sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Maka dengan segala kerendahan hati kepada semua pihak untuk dapat memberikan saran dan kritik untuk menyempurnakan Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat yang berarti bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.



Bogor, 15 Februari 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Wawan Kurniawan', with a stylized flourish at the end.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
(Wawan Kurniawan)

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Batasan Penelitian .....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Kriteria UMKM.....	8
2.1.1 Pengertian Strategi pemasaran .....	9
2.1.2 Faktor Pendukung Strategi Pemasaran.....	10
2.1.3 Matriks IFE dan EFE.....	13
2.1.4 Matriks IE.....	13
2.1.5 SWOT ( <i>Strength, Weaknesess, Opportunities, Threat</i> ) .....	14
2.1.6 Matriks SWOT ( <i>Strength, Weaknesses, Opportunities, Threat</i> ).....	15
2.1.7 Metode QSPM ( <i>Quntitative Strategic Planning Matriks</i> ).....	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Kerangka Pemikiran .....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Jenis Penelitian .....	23
3.2 Jenis Data dan Informasi .....	23
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	23



3.3.1 Penentuan Responden.....	24
3.3.2 Penyusunan Kuisioner .....	25
3.3.3 Uji Validitas .....	26
3.3.4 Uji Reliabilitas.....	27
3.4 Metode Pengolahan dan Analisis Data.....	27
3.5 Langkah-Langkah Penelitian.....	28
3.5.1 Analisa Matrik IFE dan EFE .....	28
3.5.2 Matriks IE (Internal – Eksternal).....	32
3.5.3 <i>Matriks Grand Strategy</i> .....	32
3.5.4 Matriks SWOT .....	35
3.5.5 Matriks QSPM.....	35
3.5.6 <i>Flowchart</i> Penelitian .....	37
<b>BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....</b>	<b>40</b>
4.1. Pengumpulan Data .....	40
4.1.1 Gambaran Umum Mie Abul.....	40
4.1.2 Produk .....	41
4.2. Pengolahan Data.....	43
4.2.1 Penentuan Jumlah Sampel Responden .....	43
4.2.2 Analisis uji validitas dan reabilitas.....	44
4.2.3 Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal .....	47
4.2.4 Perhitungan Bobot dan Rating Faktor Internal dan Eksternal.....	48
4.2.5 Perhitungan Skor Bobot Faktor Internal dan Eksternal.....	51
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>53</b>
5.1 Analisis Hasil Data Matriks IFE .....	53
5.2 Analisis Hasil Data Matriks EFE .....	53
5.3 Analisis lingkungan Internal dan Eksternal (Matrik IE) .....	54
5.4 Analisis Matriks <i>Grand Strategy</i> .....	55
5.5 Analisis Matriks SWOT .....	56
5.6 Analisis Matriks QSPM.....	59
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>68</b>
6.1 Kesimpulan.....	68

6.2 Saran .....	68
DAFTAR PUSTAKA .....	69
Lampiran 1. Sampel Kuesioner .....	72
Lampiran 2. Identitas Responden .....	76
Lampiran 3. Hasil Kuesioner penilaian responden.....	78



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jenis Bidang UMKM di Kota Bogor	2
Tabel 1.2. Data Penjualan Mie Abul	3
Tabel 2.1. Perbedaan UMKM berdasarkan Aset dan Omset	
Tabel 2.2. Contoh Matriks SWOT	
Tabel 2.3. Tabel Penelitian Terdahulu	
Tabel 3.1. Interpretasi Reliabilitas instrumen	
Tabel 3.2. Analisis Matriks IFE	
Tabel 3.3. Matriks EFE	
Tabel 3.4. Matriks SWOT	
Tabel 3.5. Matriks QSPM	
Tabel 4.1. Outlet Usaha Mie Abul	
Tabel 4.2. Tabel Harga Mie Abul	
Tabel 4.3. Uji Validitas	
Tabel 4.4. Uji Realibilitas	
Tabel 4.5. Hasil Kuesioner Faktor Internal	
Tabel 4.6. Hasil Kuesioner Faktor Eksternal	
Tabel 4.7. Matriks IFE	
Tabel 4.8. Matriks EFE	
Tabel 5.1. Tabel Selisih Nilai Skor	55
Tabel 5.2. Matriks SWOT UKM Mie Abul	57
Tabel 5.3. Kombinasi Strategi Alternatif	58
Tabel 5.4. Perhitungan QSPM	60
Tabel 5.5. Peringkat Strategi Berdasarkan QSPM	60

## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1. Bagan Aliran Kerangka Pemikiran 22
- Gambar 3.1. Matrik IE (Internal – Eksternal)
- Gambar 3.2. Matriks *Grand Strategy*
- Gambar 3.3. *Flowchart* Penelitian
- Gambar 4.1 Mie Abul Chicken Katsu
- Gambar 4.2. Mie Abul Chicken Skin
- Gambar 4.3. Mie Abul Spesial
- Gambar 5.1. Matrik IE UKM mie Abul
- Gambar 5.2. Matriks *Grand Strategy*

