

PROPOSAL SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT
UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA UMKM TAHU
DESA TANAH RENDAH, KEC. AIR PUTIH, KAB. BATU BARA**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Teknik Industri

Oleh

IRZAN RAFIKY

NPM : 71200914013



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
MEDAN
2024**

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	I-1
1.2 Rumusan Masalah.....	I-2
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	I-3
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	I-3
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	I-3
1.4 Batasan Masalah dan Asumsi	I-4
1.4.1 Batasan Masalah	I-4
1.4.2 Asumsi	I-4
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	I-4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Strategi	II-1
2.1.1 Pengertian Strategi.....	II-1
2.1.2 Indikator Strategi	II-2
2.1.3 Tahapan Strategi Pemasaran	II-3
2.1.4 Faktor Strategi Pemasaran	II-3
2.2 Perencanaan Strategi Bisnis	II-5
2.3 Pengertian Analisis SWOT	II-6
2.3.1 Indikator Analisis SWOT	II-8
2.3.2 Tahapan Analisis SWOT	II-9
2.3.3 Faktor Analisis SWOT.....	II-10
2.3.4 Jenis Analisis SWOT	II-11
2.3.5 Tujuan Analisis SWOT	II-11
2.3.6 Analisis SWOT	II-12
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	III-1
3.2 Langkah Penelitian.....	III-1
3.3 Tahapan Persiapan Penelitian	III-2
3.4 Tahapan Pengumpulan Data	III-3
3.5 Tahapan Pengolahan Data.....	III-4
3.5.1 Flowchart Pemecah Masalah	III-5
3.6 Analisa dan Pembahasan.....	III-6
3.7 Kesimpulan dan Saran	III-6

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1	Profil Perusahaan	IV-1
4.2	Pengumpulan Data	IV-1
4.2.1	Pengumpulan Data Analisis SWOT	IV-1
4.3	Pengolahan Data	IV-1
4.3.1	Faktor Internal	IV-1
4.3.2	Uji Kecukupan Data	IV-2
4.3.3	Uji Validasi	IV-8
4.3.4	Uji Reabilitas Data	IV-9
4.3.5	Uji Eksternal	IV-10
4.3.6	Segmen pasar	IV-12
4.3.7	Faktor-Faktor SWOT	IV-12
4.3.8	EFAS	IV-13
4.3.9	IFAS	IV-16
4.3.10	Analisis SWOT	IV-20
4.3.11	Matrik SWOT	IV-22

BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN

5.1	Analisa Hasil Analisis SWOT	V-1
5.2	Matriks SWOT	V-2

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	VI-1
6.2	Saran	VI-1

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Flow Chart Penelitian.....	III-2
Gambar 4.1 Diagram Cartesius SWOT.....	IV-19

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Indikator Kekuatan.....	II-12
Tabel 2.2 Tabel Indikator Kelemahan.....	II-12
Tabel 2.3 Tabel Indikator Peluang	II-13
Tabel 2.4 Tabel Indikator Ancama.....	II-13
Tabel 4.1 Data Populasi Desa Tanah Rendah Tahun 2023	IV-1
Tabel 4.2 Hasil Jawaban Kuesioner Hasil Faktor Internal Kekuatan (<i>Strenght</i>)Pelanggan	IV-1
Tabel 4.3 Hasil Jawaban Kuesioner Faktor Internal Kelemahan (<i>weakness</i>) Pemilik dan karyawan	IV-7
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Kuesioner Faktor Eksternal Peluang (<i>OPPORTUNITIES</i>) Pemilik dan karyawan	IV-8
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Kuesioner Faktor Ancaman (<i>Threats</i>) Pemilik dan karyawan	IV-8
Tabel 4.6 Hasil Uji Validasi UMKM Tahu Tanah Rendah Faktor Internal Kekuatan (<i>Strength</i>) Pelanggan.....	IV-9
Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas UMKM Tahu Tanah Rendah Faktor Internal Kekuatan (<i>Strength</i>) Pelanggan.....	IV-9
Tabel 4.8 Hasil Uji SPSS Reabilitas UMKM Tahu Tanah Rendah Faktor Internal Kekuatan (<i>Strength</i>) Pelanggan	IV-9
Tabel 4.9 Faktor-faktor SWOT	IV-13
Tabel 4.10Rekapulasi Responden Pda Kuisoner Faktor Eksternal	IV-14
Tabel 4.11Matriks EFAS Peluang dan Ancaman UMKM Tahu Tanah Rendah	IV-15
Tabel 4.12RekapulasiHasil 100 Responden pda kuisoner kekuatan pelanggan dan 4 responden pada pemilik dan pegawai	IV-16
Tabel 4.13Matriks IFAS Kekuatan dan Kelemahan UMKM Tahu Tanah Rendah.....	IV-18
Tabel 4.14Total Skor Matriks IFAS dan EFAS	IV-19
Tabel 4.14MatriksAlternatif Strategi SWOT	IV-21

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, R., & Abdullah, I. (2018). *Effect of Green Marketing Strategy and Prices on Consumer Loyalty (Study of Student Case Islamic High Protection in the Medan City). The 11th International Workshop and Conference of Asean Studies in Linguistics, Islamic and Arabic Education, Social Sciences and Educational Technology 2018*, 5, 698-705.
- Astanza, E., Aulia, W., Susanti, R., & Wahyudi. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Perangkap Hama Polemon (Portable Leafhopper Trap Technology with Feromon) yang Efektif dan Efisien. *Jurnal Sains Penelitian dan Pengabdian*, 2(2), 31-36.
- Arda, M. (2020). Meningkatkan Keunggulan Bersaing Melalui Analisis SWOT. *PERWIRA: Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 2(1), 61–69.
- Bismala, L. (2016). Analisis SWOT Pada Implementasi Manajemen Produksi UMKM Di Sumatera Utara. *Seminar Nasional Dan Call for Paper Dies Natalis FEB USU*, 5, 108-115.
- Bismala, L., & Handayani, S. (2016). Model Manajemen UMKM Berbasis Analisis SWOT. *Prosiding Seminar Nasional PB3I ITM*, 6(1), 437–446.
- Gultom, D. K., Ginting, P., & Sembiring, B. K. (2014). Pengaruh Bauran 53 Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Manajemen Dan Bisnis*, 14(1), 21–33.
- Hidayat, R., & Rahmat, R. (2018). Analisis SWOT Sebagai Dasar Keputusan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan Server Pulsa Di Kota Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 94–108.
- Handayani, S., & Andriany, D. (2018). Optimalisasi Pengelolaan Usaha Kecil dan Menengah Melalui Analisis SWOT. *Prosiding Konferensi Nasional Ke-8*
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199.

- Nourlette, R. R., & Hati, S. W. (2017). Penentuan Strategi Dengan Pendekatan Analisis SWOT Pada Hotel Nongsa Point Marina dan Resort Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 5(1), 83-102.
- Prastiyo, A., Fathoni, A., & Malik, D. (2018). Strategi Pemasaran Produk Jahe Merah Melalui Analisis SWOT Pada Perusahaan UD. Barokah Ungaran. *Journal of Management*, 4(4), 1–13.
- Rangkuti, F. (2018). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI (Cetakan ke-24. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Suryatman, T. H., Kosim, M. E., & Eko, G. (2021). Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Analisis SWOT Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Sepatu Adidas Di PT. Panarub Industry. *Journal Industrial Manufacturing*, 6(1), 43–56.
- Tjiptono, F. (2012). Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Andi Offset.