

**STRATEGI PEMASARAN SAFFRON DI UKM. SBM
(SOGEH BAROKAH MANFAAT) DENGAN
MENGUNAKAN METODE QSPM (*QUANTITATIVE
STRATEGIC PLANNING MATRIX*)**



SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
sarjana teknik industri**

Oleh:

RUDI KURNIAWAN

2017.69.03.0048

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

2021

**STRATEGI PEMASARAN SAFFRON DI UKM. SBM
(SOGEH BAROKAH MANFAAT) DENGAN
MENGUNAKAN METODE QSPM (*QUANTITATIVE
STRATEGIC PLANNING MATRIX*)**



SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
sarjana teknik industri**

Oleh:

RUDI KURNIAWAN

2017.69.03.0048

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

2021

PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : STRATEGI PEMASARAN SAFFRON DI
UKM. SBM (SOGEH BAROKAH
MANFAAT) DENGAN MENGGUNAKAN
METODE QSPM (*QUANTITATIVE
STRATEGIC PLANNING MATRIX*)

NAMA : RUDI KURNIAWAN

NIM : 2017.69.03.0048

“Saya menyatakan dan bertanggung jawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti-bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Teknik Industri saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut”.



Rudi Kurniawan

Penulis

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : STRATEGI PEMASARAN SAFFRON DI
UKM. SBM (SOGEH BAROKAH
MANFAAT) DENGAN
MENGUNAKAN METODE QSPM
(*QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING
MATRIX*)

NAMA : RUDI KURNIAWAN

NIM : 2017.69.03.0048

Proposal ini telah disetujui untuk diseminarkan dihadapan

Komite Seminar Proposal Skripsi

Pasuruan, 28 Agustus 2021



Pembimbing,

Ayik Pusakaningwati, ST., MT
NIP. Y. 0690501040

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : STRATEGI PEMASARAN SAFFRON DI
UKM. SBM (SOGEH BAROKAH
MANFAAT) DENGAN
MENGUNAKAN METODE QSPM
(*QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING
MATRIX*)

NAMA : RUDI KURNIAWAN


NIM : 2017.69.03.0048

Proposal ini telah disetujui untuk diseminarkan dihadapan

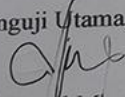
Komite Seminar Proposal Skripsi

Pasuruan, 28 Agustus 2021

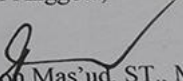
Pembimbing,


Ayik Pusakaningwati, ST., MT
NIP. Y. 0690501040

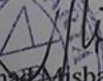
Penguji Utama,


Khoirotul Mursyidah, S. Si., M. Scs
NIP. Y. 0691901154


Penguji Anggota,


M.Imron Mas'ud, ST., MT
NIP. Y. 0691101058

Kaprodi,


Achmad Misbah, ST., MT
NIP. Y. 0691101066

Dosen Fakultas Teknik,


Misbach Munir, ST., MT
NIP. Y. 0690201015

Motto:

Respon, Hormat Adalah Kuncinya

“RESPON, RESPECT IS KEY”

Abstrak

UKM Sogeh Barokah Manfaat adalah salah satu perusahaan di bidang perdagangan. Barang yang dijual yaitu saffron. Saffron adalah Saffron adalah rempah-rempah herbal dan juga pewarna alami yang berasal dari bunga *Crocus Satifus* tumbuh dibawah cuaca khusus yaitu iran dan khasmir.

Perusahaan ini memiliki beberapa permasalahan yaitu kurangnya pemasaran dan omset penjualan yang masih belum bisa meningkat. Tujuan penelitian ini adalah memperluas wilayah pemasaran dan meningkatkan omset penjualan pada perusahaan.

Peneliti menggunakan metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) metode QSPM ini digunakan agar perusahaan dapat meprioritaskan penetrasi pasar daripada pengembangan produk. Perhitungan QSPM menggunakan matrik IFE, EFE, IE, SWOT dan Matrik QSPM. Terdapat nilai tertinggi dan terendah pada setiap faktor. Faktor tertinggi mempunyai nilai 0,264 dan faktor terendah yaitu 0,466. Pada matrik EFE faktor peluang mempunyai nilai 0,558 dan faktor ancaman mempunyai nilai 0,744. Matrik IE menunjukkan pada tahap *grow and build strategic* kemudian dianalisis menggunakan SWOT sehingga dapat menentukan strategi mana yang harus diprioritaskan terlebih dahulu bagi perusahaan menggunakan metode QSPM yang mempunyai nilai TAS penetrasi pasar 10,376 dan TAS pengembangan produk 7,08, jadi UKM Sogeh Barokah Manfaat ini harus memprioritaskan penetrasi pasar terlebih dahulu.

Kata Kunci : Pemasaran, IFE, EFE, IE, SWOT, QSPM

Abstract

UKM Sogeh Barokah Benefit is a trading company. The item being sold is saffron. Saffron is Saffron is a herbal spice and also a natural dye that comes from the *Crocus Satifus* flower grown under the special weather of Iran and Khasmir. This company has several problems, namely the lack of marketing and sales turnover that still

cannot increase. The purpose of this research is to expand the marketing area and increase sales turnover in the company. Researchers use the QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) method. This QSPM method is used so that companies can prioritize market penetration rather than product development. QSPM calculation using IFE, EFE, IE, SWOT and QSPM matrix. There is a high and low value for each factor. The highest factor has a value of 0.264 and the lowest factor is 0.466. In the EFE matrix, the opportunity factor has a value of 0.558 and the threat factor has a value of 0.744. The IE matrix shows that at the strategic grow and build stage, it is analyzed using SWOT so that it can determine which strategy should be prioritized first for companies using the QSPM method which has a market penetration value of 10.376 and a product development TAS of 7.08, so SMEs Sogeh Barokah This benefit must be Prioritize market penetration first.

Keywords: Marketing, IFE, EFE, IE, SWOT, QSPM

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah kami panjatkan kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan karunianya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik meskipun masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan.

Sholawat beserta salam semoga senantiasa tersampaikan kepada sang revolusioner sejati nabi Muhammad SAW beserta seluruh keluarga dan para sahabatnya. Yang telah menunjukkan dan mengajarkan risalah agama islam dengan sebaik – baiknya.

Dengan selesainya tugas akhir skripsi ini kami sangat berbangga hati dan menyampaikan ribuan terimakasih kepada semua pihak yang telah mendukung sekaligus membantu terselesainya skripsi ini, secara khusus ungkapan trimakasih tersebut, kami sampaikan kepada:

1. Kepada Kedua Orang Tua saya yang senantiasa mensupport dan mendoakan anak tercintanya agar meraih kebahagiaan dan kesuksesan di masa yang akan datang.
2. Kepada murobbi rukhina Romo KH. M. Sholeh Bahruddin dan Gus A. Syaikhu yang selalu mengajarkan, memberikan motivasi spiritual dan nasihat – nasihat untuk slalu bisa hidup berdampinga dengan masyarakat tanpa membedakan semua kalangan.
3. Bapak Dr. H. Kholid Murtadlo, M.E selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan yang telah memberikan motivasi akademik sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Misbahul Munir, S.T., M.T selaku Dekan fakultas tekni industri Universitas Yudharta Pasuruan yang selalu mensupport kami guna kelancaran penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Achmad Misbah, S.T., M.T Kaprodi Teknik Industri Universitas Yudharta Pasuruan yang telah sabar mendidik dan mendampingi kami.

6. Ibu Ayik Pusakaningwati, S.T., M.T selaku Dosen pembimbing skripsi kami yang selalu meluangkan waktunya, yang selalu sabar mengarahkan, mendidik kami sampai terselesainya tugas akhir ini.
7. Kepada manager UKM. Sogeh Barokah Manfaat yang telah memberikan kesempatan bagi kami untuk melakukan penelitian di perusahaan ini.
8. Kepada partner hidup dan keluarga kecil kami Nazilatur Rochmah, M. Rofiq Ulul Ilmi, dan M. Rofi'i dan lain – lain yang selalu memberikan motivasi dan menjadi teman diskusi. Thanks to all.
9. Teman – teman di HIMTI Himpunan Teknik Industri Universitas Yudharta Pasuruan yang menjadi partner tempat belajar kami.
10. Teman – teman di kepengurusan Pondok Pesantren Ngalah Asrama K, Al – Mustafidah, Shohibul Dugang, Dsb yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu, yang telah memberikan kesempatan menuangkan ide – ide pemikairan dan sharing keilmuan.

Kami pun sadar bahwa masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan pada penulisan skripsi ini, sehingga kami berharap kepada semua pihak untuk memberikan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan di kemudian hari.

Demikian skripsi ini kami susun semoga dapat menjadi sumbangsih keilmuan dan pengetahuan yang bermanfaat bagi semua pihak, serta dapat dinilai ibadah di sisi Allah SWT. Amiin.

Pasuruan, 06 Agustus 2021

Peneliti

Daftar Isi

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN PENULIS	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.5.1 Bagi praktisi	5
1.5.2 Bagi akademisi	6
1.6 Batasan Masalah.....	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Kajian Teori	25
2.2.1 Teori Pemasaran.....	25
2.2.2 Teori Strategi Pemasaran	26
2.2.3 Analisis Lingkungan Internal dan External.....	28
2.2.4 Matrik IE	29
2.2.5 Teori SWOT.....	30
2.2.6 QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>)	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Kerangka Pemikiran.....	33
3.2 Metodologi Penelitian	34
3.2.1 Rancangan Penelitian	34
3.2.2 Lokasi Penelitian.....	35
3.2.3 Fokus Penelitian.....	35
3.3 Tahap Pengumpulan Data	36
3.4 Tahap Pengolahan Data.....	36
3.5 Diagram Alir Penelitian.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	41
4.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	42
4.3 Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan	43

4.4 Analisa Pemasaran pada UKM. SBM	45
4.4.1 Analisa Internal Pemasaran.....	45
4.4.2 Analisa External Pemasaran.....	51
4.4.3 Analisa Matrik IFE EFE IE SWOT QSPM.....	55
Matrik IFE.....	55
Matrik EFE.....	60
Matrik IE	63
Matrik SWOT	66
Matrik QSPM.....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2. Analisa Internal Pemasaran	45
Tabel 3. Analisa External Pemasaran	52
Tabel 4. Matrik IFE	55
Tabel 5. Matrik EFE	60
Tabel 6. Matrik SWOT	66
Tabel 7. Matrik QSPM	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data pengeluaran dan pemasukan omset pada UKM. SBM	3
Gambar 2. Struktur Kerangka Pemikiran	33
Gambar 3. Lokasi Penelitian	35
Gambar 4. Pengelolahan data IFAS	37
Gambar 5. Pengelolahan data EFAS	37
Gambar 6. Diagram Alir Penelitian	39
Gambar 7. Struktur Organisasi Perusahaan	42
Gambar 8. Matrik IE	77
Gambar 9. Diagram Analisis SWOT	80

