

**SKRIPSI**

**ANALISIS SWOT DAN *MARKETING MIX* PADA PRODUK KERIPIK  
TALAS MENTARI-KOE**



**Disusun oleh :**

**Nama : Bagos Adi Nugroho**

**NIM : 20.13.013**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI S-1  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG**

**2024**

# SKRIPSI

## ANALISIS SWOT DAN *MARKETING MIX* PADA PRODUK KERIPIK TALAS MENTARI-KOE

Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana teknik industri



Disusun oleh :

Nama : Bagos Adi Nugroho

NIM : 20.13.013

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI S-1  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG**

**2024**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS SWOT DAN MARKETING MIX PADA PRODUK KERIPIK TALAS  
MENTARI-KOE**

**SKRIPSI**

**TEKNIK INDUSTRI S-1**


Skripsi ini telah direvisi dan disetujui oleh dosen pembimbing  
Ditujukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Teknik

**Nama : Bagos Adi Nugroho**

**NIM : 20.13.013**


Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing :

**Dosen Pembimbing I :**



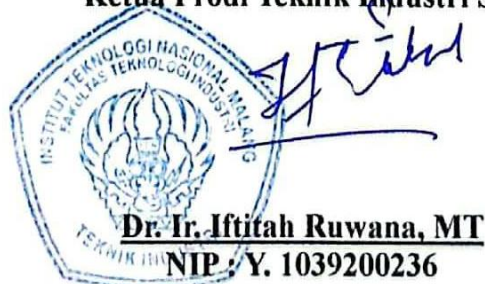
**Ir. ST. Salmia L.A, MT**  
**NIP.195811101991122000**

**Dosen Pembimbing II :**



**Drs. Sumanto, M.Si**  
**NIP. Y. 1030000363**

**Mengetahui**  
**Ketua Prodi Teknik Industri S-1**



**Dr. Ir. Iftitah Ruwana, MT**  
**NIP. Y. 1039200236**



PERKUMPULAN PENGELOLA PENDIDIKAN UMUM DAN TEKNOLOGI NASIONAL MALANG  
**INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG**

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER TEKNIK

VI (PERSERO) MALANG  
UNIK NIAGA MALANG

Kampus I : Jl. Bendungan Sigura-gura No. 2 Telp. (0341) 551431 (Hunting), Fax. (0341) 553015 Malang 65145  
Kampus II : Jl. Raya Karanglo, Km 2 Telp. (0341) 417636 Fax. (0341) 417634 Malang

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI**

NAMA : BAGOS ADI NUGROHO  
NIM : 2013013  
JURUSAN : TEKNIK INDUSTRI S-1  
JUDUL : ANALISIS SWOT DAN MARKETING MIX PADA PRODUK KRIPIK TALAS MENTARI -KOE

Diperhatikan di hadapan Tim Penguji Skripsi Jenjang Program Strata Satu ( S-1)

Pada Hari : SELASA

Tanggal : 23 JANUARI 2024

Dengan Nilai : 79 (B+)

**PANITIA UJIAN SKRIPSI**

KETUA,

Dr. Ir. Iffitah Ruwana, MT  
NIP. Y. 1039200236

SEKRETARIS

Emmalia Adriantantri, ST.MM  
NIP. P. 1030400401

**ANGGOTA PENGUJI**

PENGUJI I,

Dr. Ir. Iffitah Ruwana, MT.  
NIP. Y. 1039200236

PENGUJI II,

Emmalia Adriantantri, ST.MM  
NIP. P. 1030400401

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya dan berdasarkan hasil penelusuran berbagai karya ilmiah, gagasan dan masalah ilmiah yang diteliti dan diulas didalam Naskah Skripsi ini adalah asli dari pemikiran saya. Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila ternyata didalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 07 Januari 2024



Bagos Adi Nugroho

NIM 20.13.013



## ABSTRAK

**Bagos Adi Nugroho**, Program Studi Teknik Industri S-1, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional Malang, Januari 2024, Analisis SWOT dan *marketing Mix* (4P) Pada Produk Keripik Talas Mentari-Koe. Dosen Pembimbing: Ir. ST. Salmia L.A, MT dan Drs. Sumanto, M.Si

UMKM Mentari-Koe adalah salah satu UMKM produsen keripik talas yang terletak di Selokurung, Desa Kaumrejo, Kecamatan Ngantang, Kabupaten Malang, Jawa Timur dan telah berdiri sejak tahun 2016. Permasalahan yang dihadapi adalah sering tidak mencapai target penjualan dan adanya persaingan sesama produsen keripik talas yang masih satu kecamatan dan pesaing memiliki penjualan yang lebih banyak daripada UMKM Mentari-Koe. Adapun tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor serta letak kuadran dan strategi pemasaran *marketing mix* (4P) pada UMKM Mentari-Koe

Penelitian ini menggunakan 2 metode yaitu Analisis SWOT dan Analisis *Marketing Mix*. Analisis SWOT dikatakan sangat bagus karena memaksimalkan faktor-faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang yang akhirnya dapat menekan kelemahan serta ancaman yang timbul dan harus dihadapi. Analisis *Marketing Mix* merupakan satu perangkat yang terdiri dari produk, harga promosi dan distribusi, yang didalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran. Untuk Analisis SWOT dilakukan penyebaran kuisioner yang dimana hasil kuisioner tersebut kemudian akan dilakukan pengujian data menggunakan SPSS jika data valid dan reliabel maka data dapat dikerjakan sesuai dengan metode Analisis SWOT. Analisis *Marketing Mix* dilakukan dengan melakukan wawancara kepada pemilik UMKM Mentari-Koe dan dapat hasil Analisis SWOT dapat dijadikan acuan atau masukan.

Hasil Penelitian yang dilakukan adalah UMKM Mentari-Koe terdapat pada kuadran II. Kuadran II yang berarti UMKM menghadapi berbagai ancaman akan tetapi masih memiliki kekuatan dari segi internal. Maka, strategi yang sesuai dengan kuadran II adalah S.T (*Strenghts-Opportunities*). Untuk faktor produk (*product*) memiliki 2 jenis keripik, harga (*price*) walaupun lebih mahal pihak agen tetap merasa puas dengan produk, tempat (*place*) kurang strategis karena jauh dari keramaian dan jalan besar dan promosi (*promotion*) dilakukan secara langsung ke agen serta terdapat peluang untuk mempromosikan dan menjual di *e-commerce*.

**Kata kunci** : Analisis SWOT, *Marketing Mix*, Strategi dan bauran pemasaran

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan kuasa-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Teknik Progam Studi Teknik Industri S-1, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional Malang. Penulis sangat menyadari bahwasanya skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari banyak pihak yang terlibat. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Awan Uji Krismanto, ST., MT., PhD. selaku Rektor Institut Teknologi Nasional Malang.
2. Dr. Eng. I Komang Somawirata, ST., MT. selaku dekan Fakultas Teknologi Industri Institut Teknologi Nasional Malang.
3. Dr. Ir. Iftitah Ruwana, MT. selaku Ketua Prodi Teknik Industri S-1.
4. Emmalia Adriantantri, ST., MM. selaku Sekretaris Prodi Teknik Industri S-1.
5. Ir. ST. Salmia LA, MT. selaku Dosen Pembimbing I.
6. Drs. Sumanto, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II.
7. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan, doa untuk menyelesaikan laporan skripsi ini.
8. Pemilik serta seluruh karyawan di UMKM Mentari-Koe yang telah membantu mengarahkan dan terlibat penelitian ini.
9. Teman – teman di kota tempat tinggal saya serta teman – teman Teknik Industri S-1 Angkatan 2020. Terimakasih dan sukses selalu buat kita semua.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan oleh penulis, yang sudah berkontribusi dalam penelitian hingga tersusunnya laporan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyelesaian skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dalam penyempurnaan laporan skripsi ini. Semoga laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Malang, Desember 2023

Bagos Adi Nugroho



## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	4
1.3 Rumusan Masalah .....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Batasan Masalah .....	4
1.6 Kerangka Berpikir .....	5
1.7 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1 Manajemen Pemasaran .....	6
2.2 Strategi Pemasaran .....	10
2.2.1 Pengertian Strategi Pemasaran .....	10
2.2.2 Jenis-jenis Strategi .....	10
2.2.3 Fungsi Strategi.....	11
2.2.4 Tujuan Strategi .....	11
2.3 Uji Validitas.....	12
2.4 Uji Realibilitas.....	13
2.5 Analisis SWOT.....	13
2.5.1 Pengertian Analisis SWOT.....	14
2.5.2 Manfaat Analisis SWOT .....	14
2.5.3 Tujuan Analisis SWOT .....	15
2.5.4 Fungsi Analisis SWOT.....	15
2.5.5 Faktor-faktor Analisis SWOT .....	15
2.5.6 Tahapan Analisis SWOT .....	16
2.6 <i>Marketing Mix</i> .....	19
2.7 Penelitian Terdahulu.....	21
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>23</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	23
3.2 Lokasi Penelitian .....	23

3.3 Sumber Data .....	23
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	24
3.6 Variabel Penelitian .....	26
3.7 Instrumen Penelitian .....	27
3.8 Teknik Pengolahan Data.....	28
3.9 Diagram Alir Proses .....	29
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>30</b>
4.1 Pengumpulan Data.....	30
4.2 Uji Validitas dan Realibilitas.....	31
4.2.1 Uji Validitas.....	31
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	32
4.3 Pengolahan Data .....	34
4.3.1 Perhitungan Bobot .....	34
4.3.1.1 Perhitungan Bobot Faktor Internal .....	34
4.3.1.2 Perhitungan Bobot Faktor Eksternal.....	35
4.3.2 Perhitungan Bobot dan Rating Matriks .....	36
4.3.2.1 Perhitungan Matriks IFAS.....	36
4.3.2.2 Perhitungan Matriks EFAS.....	37
4.3.3 Diagram Analisis SWOT.....	38
4.3.4 Matriks SWOT .....	39
4.3.5 Analisis <i>Marketing Mix</i> .....	41
4.3.5.1 Produk ( <i>Product</i> ).....	42
4.3.5.2 Harga ( <i>Price</i> ) .....	43
4.3.5.3 Tempat ( <i>Place</i> ) .....	43
4.3.5.4 Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	44
4.4 Pembahasan .....	45
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>47</b>
5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Saran .....	48
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>49</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>50</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Penjualan Keripik Talas Mentari-Koe .....	2
Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu .....	21
Tabel 3. 1 Kriteria SWOT .....	24
Tabel 3. 2 Pedoman Wawancara Analisis Marketing Mix .....	25
Tabel 3. 3 Variabel Penelitian SWOT .....	26
Tabel 3. 4 Variabel Penelitian Marketing Mix .....	27
Tabel 4. 1 Pernyataan Kuisisioner Faktor Internal .....	30
Tabel 4. 2 Pernyataan Kuisisioner Faktor Eksternal .....	30
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Faktor IFAS .....	31
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Faktor EFAS .....	31
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Faktor IFAS .....	32
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas Faktor EFAS .....	32
Tabel 4. 7 Hasil Kuisisioner dan Pemberiam Rating Faktor Internal .....	33
Tabel 4. 8 Hasil Kuisisioner dan Pemberiam Rating Faktor Eksternal .....	33
Tabel 4. 9 Perhitungan Bobot Faktor Internal .....	35
Tabel 4. 10 Perhitungan Bobot Faktor Eksternal .....	36
Tabel 4. 11 Perhitungan Matrik IFAS .....	37
Tabel 4. 12 Perhitungan Matrik EFAS .....	38
Tabel 4. 13 Tabel Matriks SWOT .....	40
Tabel 4. 14 Hasil Wawancara Analisis Marketing Mix .....	41
Tabel 4. 15 Harga Keripik Talas UMKM Mentari-Koe .....	43

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Penjualan .....	2
Gambar 1. 2 Persaingan Penjualan Keripik Talas Mentari-Koe dengan UMKM 2 Jempol .	3
Gambar 1. 3 Kerangka Berpikir .....	5
Gambar 2. 1 Diagram Analisis SWOT .....	18
Gambar 2. 2 Matriks SWOT.....	19
Gambar 4.1 Diagram Analisis SWOT .....	39
Gambar 4. 2 Keripik Talas Gelombang.....	42
Gambar 4. 3 Keripik Talas Stik .....	42