

**PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK
BARU PADA UKM GULA MERAH DI DESA
SUMBERDADI KECAMATAN SUMBER GEMPOL
KABUPATEN TULUNGAGUNG**

TESIS



Oleh :

LENNY HERAWATI

NIM : 17.111.008

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI
PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER TEKNIK
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN

TESIS

**PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK
BARU PADA UKM GULA MERAH DI DESA
SUMBERDADI KECAMATAN SUMBER GEMPOL
KABUPATEN TULUNGAGUNG**

Disusun oleh :

Nama : Lenny Herawati

NIM : 17. 111. 008

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

Dr. Ir. Dayal Gustopo, MT

NIP. Y. 103 094 264

Dr. Prima Vitasari, S.Ip , MPd.

NIP. P 103. 1200 464

Mengetahui

Sekretaris Direktur Pascasarjana

Maranatha W., ST, MMT, PhD

NIP. P. 103 1500 523

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI S2
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI**

INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
TAHUN 2020
PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang diacu dalam tesis ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Malang, 08 Februari 2020

Lenny Herawati

ABSTRAK

UKM pada penelitian ini adalah UKM dengan hasil produksi gula merah. Dalam menjalankan usahanya, UKM menghadapi berbagai kendala, diantaranya gula merah ini merupakan produk baru, persaingan semakin ketat. Tujuan penelitian ini adalah menentukan posisi kuadran UKM dan membuat usulan strategi untuk meningkatkan penjualan produk gula merah. Disisi lain tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman UKM dengan menggunakan analisa SWOT 1 serta membuat usulan strategi untuk diterapkan dalam menghadapi pesaing, memenuhi target penjualan 100 ton per bulan atau 0,0025% dari kebutuhan gula merah Nasional per tahun dengan menggunakan *Voice of Customer* dan QFD serta melakukan pengukuran efek dari usulan strategi menggunakan SWOT 2.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT, *Voice of Customer* dan QFD. Hasil penelitian menunjukkan analisa awal dengan SWOT 1 UKM dalam posisi kuadran 4 yaitu merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, kemudian dibuat usulan perbaikan yang didesain menggunakan *Voice of Customer* kemudian dilakukan penyusunan matriks yang paling dibutuhkan oleh konsumen menggunakan HOQ sehingga diperoleh hasil untuk memperbaiki kualitas berdasar konsep QFD. Usulan perbaikan tersebut diberikan pada pemilik UKM gula merah kemudian usulan tersebut diimplementasikan pada dua kali proses produksi. Hasil produksi dari implementasi usulan selanjutnya dipasarkan kemudian dilakukan pengukuran menggunakan SWOT 2 untuk melihat efek perubahan dari usulan perbaikan dengan menggunakan instrument dan responden yang sama pada SWOT 1, maka hasil dari usulan perbaikan dapat dibandingkan antara hasil analisis pada SWOT 1 dan SWOT 2. Hasil analisa perbaikan menggunakan *Voice of Customer* dan QFD menunjukkan langkah penjualan yang harus dilakukan oleh UKM dan hasil analisa SWOT 2 setelah melakukan perbaikan menunjukkan bahwa UKM dalam posisi kuadran 1 yaitu merupakan situasi yang sangat menguntungkan, dimana UKM memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang dan kekuatan yang ada.

Berdasarkan hasil analisa dapat disimpulkan bahwa UKM berada pada posisi kuadran 1 dan usulan perbaikan yang perlu dilakukan adalah memperhatikan warna dan membedakan pada saat proses produksi, aroma khas tebu, tekstur gula, kebersihan, sedikit dibawah harga pasar dan mempunyai seorang sales yang menawarkan produk gula merah.

Kata Kunci : *Peningkatan penjualan, SWOT, Voice of Customer, QFD.*

ABSTRACT

SMEs in this study are SMEs with the results of brown sugar production. In running their business, SMEs face various obstacles including brown sugar, which is a new product, competition is getting tougher. The purpose of this study is to determine the position of the SMEs quadrant and make a proposed strategy to increase sales of brown sugar products. On the other hand the aim of this research is to find out what factors are the strengths, weakness, opportunities and threats of SMEs by using SWOT analysis 1 and making proposed strategies to be applied in dealing with competitors, meeting the sales target of 100 tons per month or 0,0025 % of national needs per year by using *Voice of Customer* and QFD as well as measuring the effect of the proposed strategy using SWOT 2. The method used this research is SWOT analysis, *Voice of Customer* and QFD. The results of the study show that the initial analysis with SWOT 1 SMEs in quadrant 4 position is a very unfavorable situation and then an improvement proposal is designed using the *Voice of Customer* and then the matrix is most needed by consumers using HOQ so that results are obtained to improve quality based on the QFD concept. The proposed improvement is given to the owners of brown sugar SMEs then the proposal is implemented twice in production process. Production results from the implementation of the proposal are then marketed and then carried out measurements using SWOT 2 to see the effects of changes from proposed improvements using the same instrument and respondents on SWOT 1, than the results of the proposed improvement can be compared between the results of the analysis on SWOT 1 and SWOT 2 after making improvements using the *Voice of Customer* and QFD shows the sales steps that must be done by SMEs and results of the SWOT 2 analysis after making improvements indicate that SMEs in quadrant 1 position are a very favorable situation where SMEs have opportunities and strengths so they can take advantage of opportunities and strengths that exist. Based on the results of the analysis it can be concluded that SMEs are in quadrant position 1 and the proposed improvement that needs to be done is to pay attention to color and differentiate during the production process, the unique aroma of sugar cane, sugar texture, cleanliness, slightly below market prices and have a sales person offering brown sugar products.

Key Words : Increased sales, SWOT, Voice of Customer, QFD.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, karena dengan rahmat hidayah dan karunianya telah memperkenankan untuk menyelesaikan tesis yang berjudul “Penerapan Strategi Pemasaran Produk Baru Pada UKM Gula Merah Di Desa Sumberdadi Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung”. Selama melaksanakan penelitian ini, banyak bantuan dan dukungan yang telah diperoleh. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis bermaksud mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak diantaranya adalah :

1. Bapak Dr.Ir.Kustamar,MT, selaku rector Institut Teknologi Nasional Malang.
2. Bapak Dr.Ir.Dayal Gustopo setiadjit,MT, selaku Direktur Program Pascasarjana Institut Teknologi Nasional Malang dan dosen Pembimbing I.
3. Ibu Dr.Prima Vitasari, S.Ip.MPd, selaku Ketua Program Studi Magister Teknik Industri dan dosen Pembimbing II.
4. Keluarga dan sahabat tercinta yang selalu memberikan motivasi.
5. Rekan-rekan Magister Teknik Industri Angkatan tahun 2017 yang saling mensupport.
6. Manajemen dan pekerja UKM milik Bapak Khoiru di desa Sumberdadi kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung dan UD. RESTU IBU milik Bapak Pipit di desa Slumbung Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri.
7. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian tesis ini.

Sungguh penelitian tesis ini bukanlah tanpa kelemahan, untuk itu kritik dan saran yang bersifat konstruktif sangat diharapkan, akhir kata semoga penelitian tesis ini dapat bermanfaat.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Batasan Masalah.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Dasar Teori.....	8
2.1.1Strategi Pemasaran.....	8
2.1.2Produk Gula Merah di Indonesia	10
2.2 Analisis SWOT	11
2.3 QFD (<i>Quality Function deployment</i>)	13
2.4 <i>Voice of Customer</i>	17
2.5 Penelitian Terdahulu	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Jenis Penelitian.....	21
3.2 Objek dan Lokasi penelitian.....	21
3.3 Populasi dan Sampel	21
3.4 Uji Instrumen	22
3.4.1 Uji Reliabilitas Instrumen	22
3.4.2 Uji Validitas Instrumen	22
3.5 Instrumen Penelitian.....	22
3.6 Teknik Pengumpulan Data	24
3.7 Langkah-langkah Pengolahan Data.....	24

3.8 Jadwal Penelitian.....	25
3.9 Teknik Analisa Data.....	25
3.9.1 Cara Menghitung Internal Faktor Strategi (IFAS)	25
3.9.2 Cara Menghitung Eksternal Faktor Strategi (EFAS)	26
3.10 Diagram Alir Penelitian.....	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Pengumpulan Data	30
4.2 Demografis Responden	30
4.2.1 Responden Konsumen.....	30
4.2.2 Berdasarkan Jenis Kelamin	30
4.2.3 Berdasarkan Usia	31
4.2.4 Responden Konsumen Berdasarkan Profesi	32
4.2.5 Responden Manajemen	34
4.2.6 Berdasarkan Jenis Kelamin	34
4.2.7 Berdasarkan Usia	35
4.2.8 Berdasarkan Profesi	36
4.3 Operation Process (Responden) Chart	37
4.4 Pengujian Instrumen Penelitian.....	38
4.4.1 Uji Validitas	38
4.4.2 Uji Reliabilitas	40
4.5 SWOT 1	41
4.6 Usulan Strategi dengan VOC dan QFD	46
4.7 <i>Quality Function Deployment</i>	53
4.7.1 Matriks <i>What's (customer needs)</i>	53
4.7.2 <i>Customer Importance</i>	54
4.7.3 <i>Matrix How's (Technical Response)</i> berdasarkan <i>Voice of Customer</i>	54
4.7.4 <i>Technical Response</i>	55
4.7.5 <i>Corelation Matrix</i>	57
4.7.6 <i>Relationship Matrix</i>	57

4.8 SWOT 2	58
4.9 Pembahasan.....	62
BAB V PENUTUP.....	64
1.1 Kesimpulan	64
1.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Grafik Permintaan Gula Merah Secara Nasional	10
Gambar 2.2 House of Quality	15
Gambar 4.1 Pie - Chart Responden Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	31
Gambar 4.3 Pie-Chart Responden Konsumen Berdasarkan Usia	32
Gambar 4.5 Pie - Chart Responden Konsumen Berdasarkan Profesi	33
Gambar 4.2 Pie-Chart Responden Manajemen Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Gambar 4.4 Pie-Chart Manajemen Berdasarkan Usia	35
Gambar 4.6 Pie – Chart Responden Manajemen Berdasarkan Profesi...	36

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Gula Merah Produk Baru (CETAK) – 2019..	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Gula Merah Produk Lama (CURAH) - 2018	3
Tabel 1.3 Uraian ongkos produksi produk gula merah curah	4
Tabel 1.4 Uraian ongkos produksi produk gula merah cetak.....	4
Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian ini dengan penelitian ...	15
Tabel 3.1 Populasi dan Sampel	21
Tabel 3.2 Instrumen <i>Voice of Customer</i>	23
Tabel 4.3 Responden Konsumen Berdasarkan Profesi	33
Tabel 4.4 Responden Manajemen Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.5 Responden Manajemen Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4.6 Responden Manajemen Berdasarkan Profesi.....	36
Tabel 4.7 Hasil Uji validitas Faktor Internal dan Eksternal.....	39
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Voice Of Customer	40
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Faktor Internal dan Eksternal	41
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas <i>Voice of Customer</i>	41
Tabel 4.11 Faktor Internal.....	42
Tabel 4.12 Faktor Eksternal	43
Tabel 4.13 <i>Voice of Customer</i> Usulan Strategi	46
Tabel 4.14 Usulan Strategi Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan	51
Tabel 4.15 <i>Voice of Customer (Whats Customer Needs)</i>	54
Tabel 4.16 Faktor Internal.....	58
Tabel 4.17 Faktor Eksternal	59
Tabel 4.18 Usulan Perbaikan Setelah Identifikasi Awal.....	62