

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



OLEH:  
**ASCHENSIO SAOGO**  
**16320002**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA  
SURABAYA  
2020**



## TUGAS AKHIR

### INTEGRASI ANALISA STP DAN SWOT DALAM PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN PADA UD DARMAJI

Oleh:

ASCHENSIO SAOGO

NPM: 16320002

Telah dipertahankan, dihadapkan, dan diterima

Tim Pengaji Tugas Akhir  
Program Studi Teknik Industri  
Fakultas Teknik

Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya  
Pada tanggal 29 Juli 2020

Tim Pengaji:

Hermanus

1. Dr. Lukmandono, S.T., M.T.

Chynna

2. Lusi Mei Cahya Wulandari, S.T., M.T.

3. David Andrian, S.T., M.T.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Teknik  
Universitas Katolik Darma Cendika

  
Dr. Ir. T. Ratna Darmiwati, M.T., I.A.I.

## TUGAS AKHIR

### INTEGRASI ANALISA STP DAN SWOT DALAM PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN PADA UD DARMAJI

Sebagai syarat untuk memenuhi kurikulum  
guna mencapai gelar Sarjana Teknik (S.T.)  
di

UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA



Oleh:

ASCHENSIOS SAOGO

NPM: 16320002

Telah Disetujui,

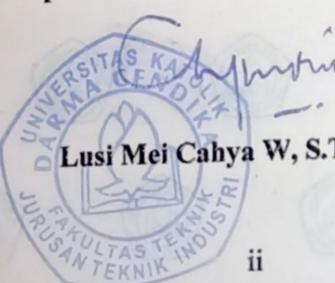
Pembimbing I

Albertus Daru D, S.T., M.T.

Pembimbing II

Desrina Yusi I, S.T., M.T.

Kepala Program Studi Teknik Industri



Lusi Mei Cahya W, S.T., M.T.



## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aschensio Saogo

Program Studi : Teknik Industri

NPM : 16320002

Dengan ini menyatakan bahwa ini sebagian maupun keseluruhan Tugas Akhir saya dengan judul:

### **INTEGRASI ANALISA STP DAN SWOT DALAM PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN PADA UD DARMAJI**

Adalah benar-benar hasil karya intelektual mandiri, diselesaikan tanpa menggunakan bahan-bahan yang tidak diizinkan dan bukan merupakan karya pihak lain yang saya akui sebagai karya sendiri semua referensi yang dikutip maupun dirujuk telah ditulis secara lengkap pada daftar pustaka.

Apabila ternyata peryataan ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi peraturan yang berlaku.

METERAI TEMPAL  
TGL. 29  
53804AHF494064584  
6000 ENAM RIBU RUPIAH  
Surabaya, 29 Juli 2019  
Pembuat penyertaan  
Aschensio Saogo  
NPM: 16320002



TAS KATOLIK DARMA CENDIKA  
FAKULTAS TEKNIK

Jl. Ir. H. Soekarno 201 Surabaya

**BERITA ACARA BIMBINGAN LAPORAN TUGAS  
AKHIR**

Nama : Aschensio Saogo  
NPM : 16320002  
Topik : Integrasi Analisa STP dan SWOT Dalam  
Perumusan Strategi Pemasaran Pada  
UMKM UD Darmaji

Dosen Pembimbing 1 : Albertus Daru Dewantoro

No	Tanggal	Keterangan	Paraf
1	05-03-2020	Revisi BAB I	1 <i>[Signature]</i>
2	19-03-2020	Revisi BAB II	2 <i>[Signature]</i>
3	23-03-2020	Revisi BAB III	3 <i>[Signature]</i>
4	31-03-2020	Revisi Keseluruhan	4 <i>[Signature]</i>
5	15-04-2020	Revisi Keseluruhan	5 <i>[Signature]</i>
6	12-06-2020	Konsultasi Bab IV	6 <i>[Signature]</i>
7	16-06-2020	Revisi BAB IV	7 <i>[Signature]</i>
8	22-06-2020	Revisi BAB IV	8 <i>[Signature]</i>
9	03-07-2020	Revisi BAB V	9 <i>[Signature]</i>
10	13-07-2020	Revisi keseluruhan	10 <i>[Signature]</i>

Dosen Pembimbing 2 : Desrina Yusi Irawati

No	Tanggal	Keterangan	Paraf
1	19-04-2020	Revisi BAB I, BAB II, BAB III	1 <i>[Signature]</i>
2	21-04-2020	Revisi BAB II	2 <i>[Signature]</i>
3	03-07-2020	Revisi BAB IV	3 <i>[Signature]</i>
4	15-07-2020	Revisi keseluruhan	4 <i>[Signature]</i>



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan penyertaan-Nya, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan laporan ini masih terdapat kesalahan dan kekurangan baik dari sudut materi, sistematika penulisan maupun bahasa yang digunakan. Namun penulis telah menyadari bagaimana bentuk dari laporan ini adalah suatu kebanggaan tersendiri bagi penulis.

Tidak lupa penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu mewujudkan Laporan Kerja Praktek, antara lain kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus atas rahmat-Nya sehingga Tugas Akhir ini berjalan dengan baik dan lancar.
2. Ibu Lusi Mei Cahya W, S.T, M.T, selaku Kepala Program Studi Teknik Industri.
3. Bapak Albertus Daru Dewantoro, S.T.,M.T. selaku dosen wali serta dosen pembimbing I yang telah banyak membantu serta meluangkan waktunya dan memberikan masukan kepada penulis sehingga pelaporan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
4. Ibu Desrina Yusi Irawati, S.T.,M.T. selaku ketua pelaksana Tugas Akhir dan dosen pembimbing II yang telah banyak membantu serta meluangkan waktunya dan memberikan masukan kepada penulis sehingga pelaporan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
5. Bapak Sudarmaji selaku pemilik dari UD Darmaji yang telah pengizinkan penulis untuk melakukan pelaksanakan Tugas Akhir serta membantu dalam pengambilan data.



6. Kepada seluruh karyawan UD Darmaji yang telah membantu pengambilan data di lapangan.
7. Orang tua dan keluarga penulis yang senantiasa memberikan dukungan baik moril maupun materil dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
8. Rekan-rekan mahasiswa dan semua pihak yang telah membantu dalam menyusun laporan Tugas Akhir ini yang tidak dapat disebut satu persatu.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih belum sempurna, maka dari itu saran dan kritik yang sifatnya membangun dapat diberikan kepada penulis. Semoga laporan ini bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, Juli 2020

Penulis



## Abstrak

UD Darmaji merupakan salah satu UKM yang menerima pesanan pembuatan sandal dan sepatu. Beberapa tahun terakhir UD Darmaji mengalami penurunan produksi. Ada beberapa penyebab penurunan produksi dari UD Darmaji ini diantaranya adalah kurangnya permintaan dan, kurang tepatnya strategi pemasaran. dalam penyusunan strategi pemasaran ada beberapa metode dan analisis yang digunakan. Analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats*), matriks IFE (*Internal Factor Evaluation Matrix*) dan EFE (*Eksternal Factor Evaluation Matrix*) serta STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) dan teori AHP (*Analitycal hierarchy process*) yang digunakan untuk pembobotan serta QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matriks*) untuk menentukan strategi apa saja yang akan dipilih. Pada hasil perhitungan didapatkan strategi melakukan penjualan secara *online* baik menggunakan sosial media maupun situs-situs jual beli secara *online* dengan perolehan nilai paling tinggi yakni 5,614, strategi meningkatkan kualitas packaging menjadi lebih baik dan lebih menarik bernilai sebesar 5,336, dan strategi menjadikan tempat kerja menjadi lebih nyaman dengan menata ulang pabrik sehingga dapat terlihat lebih rapi dan bersih dan melakukan penerapan 5R nilai 5,242, yang akan dijadikan saran untuk UD Darmaji.



Kata Kunci : *STP, SWOT, AHP, QSPM.*

## **Abstract**

*UD Darmaji is one of the UKM that receives orders to make sandals and shoes. In the last few years UD Darmaji has experienced a decline in production. There are several reasons for the decline in production from UD Darmaji. Among these are a lack of demand and, inaccurate marketing strategies. in the preparation of marketing strategies there are several methods and analysis used. SWOT analysis (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats), IFE(Internal Factor Evaluation Matrix) and EFE (External Factor Evaluation Matrix) and STP (Segmenting, Targeting, Positioning) and AHP (Analytical hierarchy process) matrices used for weighting and QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) to determine what strategies will be chosen. In the calculation results obtained strategies for selling online using both social media and online buying and selling sites with the highest value acquisition of 5,614, strategies for improving the quality of packaging for better and more attractive values of 5,336, and strategies for making the workplace more comfortable with rearranging the factory so that it can look neater and cleaner and do the absorption of 5R value of 5,242, which will be made a suggestion for UD Darmaji.*

*Keywords : STP, SWOT, AHP, QSPM*





## DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan .....	i
Kata Pengantar .....	iii
Abstrak.....	v
Daftar Isi .....	vii
Daftar Tabel .....	ix
Daftar Gambar .....	x
Daftar Lampiran.....	xi

## BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Batasan Masalah .....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	5
1.5 Manfaat Penelitian .....	5
1.6 Sistematika Penulisan .....	5

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran .....	7
2.2 STP ( <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> )....	8
2.3 Analisis SWOT( <i>Strength, Weakness, Opportunities, Threat</i> ) .....	10
2.3.1 AHP ( <i>Analytical Hierarchy Process</i> ) ..	12
2.3.2 Matriks IFE ( <i>Internal Factor Evaluation Matrix</i> ) dan Matriks EFE ( <i>External Factor Evaluation Matrix</i> ) .....	17
2.4 QSPM ( <i>Quantitative Strategic Planning Matriks</i> ) .....	21
2.5 Penelitian Terdahulu .....	25

## BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Pelaksanaan	
Tugas Akhir .....	33
3.2 Metode Pelaksanaan.....	33
3.2.1 Studi Lapangan .....	35
3.2.2 Studi Pustaka.....	35
3.2.3 Identifikasi Masalah.....	35
3.2.4 Perumusan Masalah .....	35
3.2.5 Batasan Masalah .....	36
3.2.6 Tujuan Penulisan Laporan Tugas Akhir ....	36
3.2.7 Pengumpulan Data.....	36
3.2.8 Validasi Data.....	37
3.2.9 Pengolahan Data .....	37
3.2.10 Kesimpulan dan Saran .....	38

## BAB IV HASIL ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengumpulan Data .....	39
4.2 STP ( <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> ) .....	41
4.3 SWOT .....	42
4.3.1 AHP ( <i>Analytical Hierarchy Process</i> ) .....	47
4.3. Matriks IFE dan EFE .....	54
4.4 QSPM.....	61

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan .....	69
5.2 Saran .....	71
Daftar Pustaka .....	73
Lampiran .....	77



## Daftar Tabel

Tabel 1.1 Produksi Sandal UD Darmaji .....	1
Tabel 2.1 SWOT .....	11
Tabel 2.2 Matriks Perbandingan Berpasangan .....	15
Tabel 2.3 Skala Penilian Perbandingan Berpasangan .....	15
Tabel 2.4 <i>Random Index</i> .....	17
Tabel 2.5 Matriks IFE .....	19
Tabel 2.6 Matriks EFE .....	20
Tabel 2.7 <i>Langkah pengembangan QSPM</i> .....	21
Tabel 2.8 Penelitian Terdahulu dan Perbedaan Dengan Penelitian ini .....	25
Tabel 4.1 Data Faktor Internal .....	39
Tabel 4.2 Data Faktor Eksternal .....	40
Tabel 4.3 Rating Kekuatan .....	45
Tabel 4.4 Rating kelemahan .....	46
Tabel 4.5 Rating Peluang .....	46
Tabel 4.6 Rating Ancaman .....	46
Tabel 4.7 Matriks IFE .....	54
Tabel 4.8 Matriks EFE .....	55
Tabel 4.9 Alternatif Strategi .....	60
Tabel 4.10 Perhitungan Strategi SO1 dan SO2 .....	61
Tabel 4.11 Perhitungan Strategi WO1,WO2 dan WO3 .....	63
Tabel 4.12 Perhitungan Strategi ST1 dan ST2 .....	64
Tabel 4.13 Perhitungan Strategi WT1 dan WT2 .....	65
Tabel 5.1 Usulan strategi .....	72



## Daftar Gambar

Gambar 2.1 Struktur Hirarki AHP .....	14
Gambar 3.1 Diagram Alir .....	34
Gambar 4.1 <i>Create new model</i> .....	48
Gambar 4.2 Penamaan File .....	48
Gambar 4.3 Pemberian Tujuan .....	49
Gambar 4.4 Memasukan Faktor.....	49
Gambar 4.5 <i>Pairwise numerical comparison</i> .....	50
Gambar 4.6 <i>Record judgments and calculate</i> .....	51
Gambar 4.7 Hasil <i>Record judgments and calculate</i> .....	51
Gambar 4.8 Perbandingan faktor internal .....	52
Gambar 4.9 Hasil pembobotan faktor internal .....	52
Gambar 4.10 Perbandingan faktor eksternal.....	53
Gambar 4.11 Hasil pembobotan faktor eksternal.....	53
Gambar 4.12 Kuadran SWOT.....	57



## Daftar Lampiran

Lampiran 1 Proses pengeleman .....	77
Lampiran 2 Daftar pertanyaam .....	78
Lampiran 3 <i>Rating</i> faktor .....	79
Lampiran 4 Nilai perbandingan faktor internal.....	80
Lampiran 5 Nilai perbandingan faktor eksternal .....	86
Lampiran 6 Penilaian AS .....	99
Lampiran 7 Perhitungan QSPM .....	98
Lampiran 8 Usulan Strategi .....	99

