

**USULAN STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN  
UNTUK OISHII BENTO**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan**

**mencapai derajat Sarjana Teknik Industri**



**DONY WALYUKRIS**

**16 06 09084**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2021**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir berjudul  
USULAN STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN UNTUK OISHII BENTO  
yang disusun oleh  
DONY WALYUKRIS  
160609084

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 04 Agustus 2021

		Keterangan
Dosen Pembimbing 1	: Timothy Rey Laheba, S.T, M.Eng.	Telah menyetujui
Dosen Pembimbing 2	: Ririn Diar Astanti, D.Eng.	Telah menyetujui
Tim Penguji		
Penguji 1	: Timothy Rey Laheba, S.T, M.Eng.	Telah menyetujui
Penguji 2	: Dr. Yosephine Suharyanti, ST., M.T.	Telah menyetujui
Penguji 3	: Dr. T. Baju Bawono, ST., MT.	Telah menyetujui

Yogyakarta, 04 Agustus 2021  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta  
Fakultas Teknologi Industri  
Dekan

ttd

Dr. A. Teguh Siswanto, M.Sc.

## PERNYATAAN ORIGINALITAS

### PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dony Walyukris  
NPM : 16 06 09084  
Program Studi : Teknik Industri

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya dengan judul "Perancangan Strategi Pemasaran Pada Oishii Bento" merupakan hasil penelitian saya pada Tahun Akademik 2020/2021 yang bersifat original dan tidak mengandung *plagiasi* dan karya manapun.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia untuk dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku termasuk untuk dicabut gelar Sarjana yang telah diberikan Universitas Atma Jaya Yogyakarta kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 17 April 2021

Yang menyatakan,



Dony Walyukris

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya, Peneliti bisa melaksanakan penelitian di UKM Oishii Bento dengan menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul "Usulan Strategi Peningkatan Penjualan Untuk Oishii Bento" dengan tepat waktu. Aplikasi ilmu pada proses pembelajaran selama kuliah dapat diterapkan saat melakukan penelitian tugas akhir tersebut.

Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan berkat, karunia, dan kelancaran kepada peneliti.
2. Bapak Dr. Teguh Siswanto, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Atmajaya Yogyakarta.
3. Ibu Ririn Diar Astanti, S.T., M.MT., D.Eng. selaku Kepala Program Studi Teknik Industri Universitas Atmajaya Yogyakarta serta Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan pengerjaan Tugas Akhir kepada peneliti.
4. Bapak Timothy Rey Laheba, S.T., M.Eng. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan pengerjaan Tugas Akhir kepada peneliti.
5. Pemilik Oishii Bento, Pak Freddy yang telah memberi izin penulis untuk melakukan penelitian ditempat usahanya.
6. Orangtua yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada peneliti.
7. Keluarga yang senantiasa telah memberi dukungan dalam melaksanakan Skripsi ini.
8. Teman-teman kos Sukatno yang melalu memberikan bantuan dan semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
9. Teman-teman Teknik Industri '16, khususnya kelas D yang berjuang bersama menyelesaikan Tugas Akhir hingga lulus.
10. Teman-teman himpunan dan komunitas yang telah memberikan dukungan doa dan semangat kepada peneliti.

11. Pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam melaksanakan Tugas Akhir ini.

12. *“Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for just being me at all times.”*

Penulis mengharapkan agar laporan ini dapat berguna untuk memperkaya wawasan pembaca.

Yogyakarta, 17 April 2021

Peneliti



## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
INTISARI.....	x
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Batasan Masalah.....	4
BAB 2 .....	5
TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI.....	5
2.1. Tinjauan Pustaka.....	5
2.2. Dasar Teori.....	8
BAB 3.....	19
METODOLOGI PENELITIAN.....	19
3.1. Tahap Pendahuluan.....	20
3.2. Tahap Pengumpulan <i>Data</i> .....	21
3.3. Tahap Pengolahan Data .....	23
3.4. Tahap Akhir .....	24
BAB 4.....	25
TAHAP <i>SELF EVALUATION</i> METODE SWOT .....	25
4.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	25
4.2. Gambaran Umum Pesaing .....	25
4.3. Profil Utama Perusahaan .....	26
4.4. Tahap Pengumpulan data.....	27
BAB 5.....	45
ANALISIS SWOT DAN <i>DIGITAL MARKETING</i> .....	45
5.1. Analisis Data .....	45

5.2. Usulan Strategi Pemasaran.....	47
BAB 6 .....	51
KESIMPULAN DAN SARAN .....	51
6.1. Kesimpulan.....	51
6.2. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	53
DAFTAR LAMPIRAN .....	55



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. <i>Summary</i> Tinjauan Pustaka.....	7
Tabel 2.2. Lanjutan Tabel <i>Summary</i> Tinjauan Pustaka .....	8
Tabel 2.3. <i>Self Evaluation</i> Matriks Analisis SWOT .....	10
Tabel 2.4. Tabel IFAS.....	11
Tabel 2.5. Tabel EFAS .....	11
Tabel 2.6. Skala Nilai <i>Pairwise Comparison</i> .....	13
Tabel 2.7. Tabel Format Matriks <i>Pairwise Comparison</i> .....	14
Tabel 2.8. Tabel Matriks <i>Pairwise Comparison</i> .....	14
Tabel 2.9. Format Tabel Matriks Normalisasi .....	14
Tabel 2.10. Tabel Matriks Normalisasi.....	15
Tabel 2.11. Tabel Pengujian <i>Consistency</i> .....	15
Tabel 2.12. Random Consistency Index (R.I).....	16
Tabel 4.1. Profil Oishii Bento .....	26
Tabel 4.2. Lanjutan Profil Oishii Bento.....	27
Tabel 4.3. <i>Self Evaluation</i> Matriks SWOT .....	29
Tabel 4.4. Lanjutan <i>Self Evaluation</i> Matriks SWOT.....	30
Tabel 4.5. Lanjutan <i>Self Evaluation</i> Matriks SWOT.....	31
Tabel 4.6. Skala Rating .....	32
Tabel 4.7. Output Rating IFAS .....	34
Tabel 4.8. Output Rating EFAS .....	34
Tabel 4.9. Uji Konsistensi Data Faktor Internal Responden 1 .....	35
Tabel 4.10. Uji Konsistensi Data Faktor Eksternal Responden 1 .....	36
Tabel 4.11. Uji Konsistensi Data Faktor Internal Responden 2 .....	37
Tabel 4.12. Uji Konsistensi Data Faktor Eksternal Responden 2.....	38
Tabel 4.13. IFAS SWOT Oishii Bento.....	40
Tabel 4.14. Lanjutan Tabel IFAS SWOT Oishii Bento .....	41
Tabel 4.15. EFAS SWOT Oishii Bento .....	42
Tabel 4.16. Lanjutan Tabel EFAS SWOT Oishii Bento.....	43
Tabel 5.1. Evaluasi Kompetitor Terhadap Oishii Bento .....	47
Tabel 5.2. Lanjutan Evaluasi Kompetitor Terhadap Oishii Bento ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Diagram SWOT .....	12
Gambar 3.1. Metodologi Penelitian .....	19
Gambar 3.2. Lanjutan Metodologi Penelitian.....	20
Gambar 4.1. Diagram SWOT Oishii Bento .....	44



## INTISARI

Oishii Bento merupakan salah satu perusahaan perorangan *Food & Beverages* yang terletak di Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan usulan strategi peningkatan penjualan yang tepat pada Oishii Bento. Penelitian dilakukan berdasarkan permasalahan penurunan penjualan yang dialami Oishii Bento selama masa pandemi. Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu SWOT melalui pembobotan *Pairwise Comparison*. Diagram SWOT untuk menganalisis faktor internal-eksternal perusahaan dan posisi bisnis perusahaan. Analisis SWOT diintegrasikan dengan metode *Pairwise Comparison* untuk menentukan nilai bobot SWOT secara objektif dan konsisten. Selain itu, diterapkan juga strategi *digital marketing* sebagai solusi perancangan peningkatan penjualan. Kesimpulan dari analisis SWOT, Oishii Bento berada pada posisi *combination* (kuadran II) berkaitan dengan *Strenghts* dan *Threats*. Pada hasil analisis SWOT dilakukan analisis *Digital Marketing* sebagai solusi untuk menentukan strategi peningkatan penjualan perusahaan. Usulan strategi diberikan untuk peningkatan penjualan berdasarkan analisis SWOT dan *Digital Marketing* yaitu diharapkan untuk mengoptimalkan strategi *social marketing* dan *mobile marketing* yang mengacu pada *Strenght* dan *Threats* agar dapat menarik konsumen serta meningkatkan penjualan perusahaan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, SWOT, *Pairwise Comparison*, *Digital Marketing*