

**PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN IKM TEMPE MURNI
FATISHA**

TUGAS AKHIR

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Teknik Industri**



Otniel De Prasta

19 06 10156

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN IKM TEMPE MURNI
FATISHA

yang disusun oleh

Otniel De Prasta

190610156

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 28 Agustus 2023

		Keterangan
Dosen Pembimbing 1	: Ir. Lenny Halim, S.T., M.Eng.	Telah Menyetujui
Dosen Pembimbing 2	: Dr. Ir. Parama Kartika D. SP., S.T., M.T.	Telah Menyetujui
Tim Penguji		
Penguji 1	: Ir. Lenny Halim, S.T., M.Eng.	Telah Menyetujui
Penguji 2	: DM. Ratna Tungga D., S.Si., M.T.	Telah Menyetujui
Penguji 3	: Ir. Indah Sepwina Putri, S.T., M.Sc.	Telah Menyetujui

Yogyakarta, 28 Agustus 2023

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Teknologi Industri

Dekan

ttd.

Dr. A. Teguh Siswanto, M.Sc.

Dokumen ini merupakan dokumen resmi UAJY yang tidak memerlukan tanda tangan karena dihasilkan secara elektronik oleh Sistem Bimbingan UAJY. UAJY bertanggung jawab penuh atas informasi yang tertera di dalam dokumen ini

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Otniel De Prasta

NPM : 1906 10156

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya dengan judul “Perancangan Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan IKM Tempe Murni Fatisha” merupakan hasil penelitian saya pada Tahun Akademik 2022/2023 yang bersifat original dan tidak mengandung plagiasi dari karya manapun.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia 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 sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 10 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Otniel De Prasta

KATA PENGANTAR

Perasaan dan pengalaman syukur penulis panjatkan menuju Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat, karunia, dan petunjuk-Nya. Tanpa pertolongan-Nya, penulis tidak akan mampu merampungkan perjalanan akademik di Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penulis mengucapkan rasa syukur yang dalam atas kesempatan dan kemampuan untuk menyelesaikan tugas akhir berjudul "Perancangan Strategi Peningkatan Penjualan IKM Tempe Murni Fatisha."

Dalam perjalanan menyusun tugas akhir ini, penulis juga ingin menyampaikan penghargaan setinggi-tingginya kepada Ibu Any Sadmiatun, S.Si. dan Bapak Bangun Kriyanto, M.Pd. atau Mamah dan Papah yang memberikan dukungan baik secara moril dan materiil yang sangat luar biasa, serta Bryan Abednego, S.Ked. atau Abed yang selalu memberikan dukungan moril dan doa, serta lagi untuk seluruh keluarga yang mendoakan.

Penulis juga ingin memberikan penghargaan banyak sekali kepada Tesalonika Sandra Dewi Wibowo, S.Ars. atau Eca yang selalu memberikan dukungan moral, inspirasi, dan keseruan yang sangat banyak. Selanjutnya, ucapan penghargaan juga penulis sampaikan kepada Alm. Marcel, Ale, Andrew, Chartenz, Dhiyas, Kevin, Rafael & Manna, Resha, dan Weda dalam perjalanan Tugas Akhir dan studi yang "gayeng". Ucapan penghargaan juga penulis ungkapkan untuk teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu per satu seperti teman dari masa SMP, SMA, dan Cluster.

Tugas akhir ini merupakan hasil kolaborasi, dukungan, dan motivasi dari berbagai pihak, dan penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini bukanlah usaha individu semata. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan kepada seluruh dosen dan staf di Program Studi Teknik Industri atas pengalaman dalam pembagian ilmu selama masa studi, terutama Ibu Ir. Lenny Halim, S.T., M.Eng. dan Bapak Dr. Ir. Parama Kartika D. SP., S.T., M.T. atas ilmu, bimbingan, serta kesabaran dalam membimbing penulis hingga mencapai titik ini.

Akhir kata, penulis berharap agar tugas akhir ini dapat memberikan inspirasi dan informasi bermanfaat bagi pembaca serta menggugah semangat untuk terus berinovasi dan berkontribusi dalam memajukan industri di Indonesia. Semoga

karya ini juga dapat menjadi pijakan bagi penelitian-penelitian mendatang yang berkaitan dengan pengembangan industri kecil menengah.

Semoga Tuhan senantiasa memberkahi dan melindungi kita semua dalam setiap langkah kehidupan. Amin.

Yogyakarta, 10 Agustus 2023

Penulis

DAFTAR ISI

BAB	JUDUL	HAL
	Halaman Pengesahan	ii
	Pernyataan Originalitas	iii
	Kata Pengantar	iv
	Daftar Isi	vi
	Daftar Tabel	viii
	Daftar Gambar	ix
	Intisari	xi
1	Pendahuluan	1
	1.1. Latar Belakang	1
	1.2. Pemetaan dan Penelusuran Akar Masalah	6
	1.3. Rumusan Masalah	8
	1.4. Tujuan	8
	1.5. Batasan	8
2	Tinjauan Pustaka dan Dasar Teori	9
	2.1. Tinjauan Pustaka	9
	2.2. Dasar Teori	21
3	Pemilihan Alternatif Solusi	33
	3.1. Penelusuran Masalah	33
	3.2. Pengembangan Alternatif Solusi	35
	3.3. Pemilihan Solusi	37
	3.4. Pemilihan Metode dan Tools	39
	3.5. Keunikan Masalah	41
	3.6. Standar yang Digunakan	41
4	Metodologi Penelitian	44
	4.1. Tahap <i>Empathize</i>	44
	4.2. Tahap <i>Define</i>	45
	4.3. Tahap <i>Ideate</i>	46
	4.4. Tahap <i>Prototype</i>	47

	4.5. Tahap <i>Test</i>	49
5	Analisa Kinerja dan Posisi Perusahaan	50
	5.1. Identifikasi Elemen Bisnis Tempe Murni Fatisha	50
	5.2. Identifikasi Benchmarking Tempe Fatisha dan Tempe Muchlar	53
	5.3. Analisis SWOT Bisnis Model Tempe Fatisha	54
	5.3. Tahap Keputusan	57
6	Implementasi Strategi Terpilih	62
	6.1. Wawancara Singkat Terhadap Preferensi Pihak Penyalur	62
	6.2. Sistematis Rekanan dengan Pihak Penyalur	67
	6.3. Hasil Implementasi Perluasan Pasar dengan Rekanan Pihak Penyalur	70
	6.4. Standar Operasional Prosedur dalam Perluasan Pasar dengan Rekanan Pihak Penyalur	73
7	Kesimpulan dan Saran	75
	7.1. Kesimpulan	75
	7.2. Saran	75
	Daftar Pustaka	76
	Lampiran	

DAFTAR TABEL

BAB	JUDUL	HAL
1	Tabel 1.1. Perubahan Variasi Produk Tempe	3
2	Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	10
3	Tabel 3.1. Pengembangan Alternatif Solusi	36
	Tabel 3.2. Pemilihan Alternatif Solusi	38
5	Tabel 5.1. Analisis SWOT Bisnis Model Tempe Fatisha	54
	Tabel 5.2. Matriks Strategi SWOT Tempe Fatisha	56
	Tabel 5.3. Pembobotan Faktor Penilaian	57
	Tabel 5.4. Normalisasi Faktor Penilaian	57
	Tabel 5.5. Bobot Strategi pada Efektivitas dalam Peningkatan Penjualan	58
	Tabel 5.6. Bobot Strategi pada Tingkat Kemudahan Implementasi	58
	Tabel 5.7. Bobot Strategi pada Kompatibilitas dengan Sumber Daya yang Ada	59
	Tabel 5.8. Cek Konsistensi	59
	Tabel 5.8. Cek Konsistensi	60
6	Tabel 6.1. Hasil Wawancara Singkat	62
	Tabel 6.2. Hasil Penjualan pada Pihak Penyalur	70

DAFTAR GAMBAR

BAB	JUDUL	HAL
1	Gambar 1.1. Tahapan Produksi Tempe	4
	Gambar 1.1. Tahapan Produksi Tempe	5
2	Gambar 2.1. Klasifikasi Strategi Pemasaran	22
	Gambar 2.2. <i>Business Model Canvas</i>	26
	Gambar 2.3. Penentuan Skala Likert	27
	Gambar 2.4. Posisi Kuadran dalam Analisis SWOT	30
3	Gambar 3.1. <i>Interrelationship Diagram</i> Tempe Murni Fatisha	34
	Gambar 3.2. Standar Tempe Syarat Mutu	43
4	Gambar 4.1. Diagram Alir Tahap <i>Empathize</i>	45
	Gambar 4.2. Diagram Alir Tahap <i>Define</i>	46
	Gambar 4.3. Diagram Alir Tahap <i>Ideate</i>	47
	Gambar 4.4. Diagram Alir Tahap <i>Prototype</i>	48
	Gambar 4.5. Diagram Alir Tahap <i>Test</i>	49
5	Gambar 5.1. <i>Value Proposition Canvas</i>	52
	Gambar 5.2. <i>Business Canvas Model</i> Tempe Fatisha	53
	Gambar 5.3. Hierarki AHP	57
6	Gambar 6.1. Rute Keberangkatan Pemasaran Awal	61
	Gambar 6.2. Rute Kepulangan Pemasaran Awal	62
	Gambar 6.3. Jarak Lokasi Tempe Fatisha dengan Warung Bu Yanti	64
	Gambar 6.4. Jarak Lokasi Tempe Fatisha dengan Warung Tentrem	64
	Gambar 6.5. Jarak Lokasi Tempe Fatisha dengan Toko Sayuran 24 Jam "Masse"	65
	Gambar 6.6. Jarak Lokasi Tempe Fatisha dengan Warung Sembako dan Sayur "Ijo"	65
	Gambar 6.7. Rute Keberangkatan Pemasaran Baru	67
	Gambar 6.8. Rute Kepulangan Pemasaran Baru	67
	Gambar 6.9. Pemasaran pada Warung Bu Yanti	68

Gambar 6.10. Pemasaran pada Warung Tentrem	68
Gambar 6.11. Pemasaran pada Toko Sayuran 24 Jam "Masse"	69
Gambar 6.12. Pemasaran pada Warung Sembako dan Sayur "Ijo"	69
Gambar 6.13. SOP Kerja Sama dengan Pihak Penyalur	71

INTISARI

Industri Kecil Menengah (IKM) Tempe Fatisha menghasilkan produk tempe murni dari bahan baku kedelai impor yang sedang mengalami penurunan penjualan menjadi kapasitas produksi sebesar 40 kg kedelai per hari dari kapasitas produksi 90 kg kedelai per hari. Penurunan penjualan disebabkan oleh persaingan antar penjual tempe yang semakin ramai, terbatasnya sumber daya dan pemasaran, serta kenaikan harga kedelai impor namun pemilik memiliki standar produk yang tinggi. Penelitian bertujuan untuk meningkatkan penjualan objek dengan strategi tanpa menambah biaya operasional.

Strategi peningkatan penjualan diteliti menggunakan metode *Business Canvas Model* (BCM) sebagai penilai kinerja objek dengan dibandingkan pada kompetitor unggulan menggunakan *Benchmarking* untuk selanjutnya dilakukan tahap pencocokan menggunakan analisi SWOT untuk menemukan hubungan antara kondisi objek dan opsi strategis yang mungkin cocok. Tahapan keputusan strategi terpilih menggunakan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dalam memilih strategi peningkatan penjualan.

Strategi peningkatan penjualan terpilih berdasarkan hasil AHP yaitu perluasan pasar menggunakan kerja sama dengan pihak penyalur. Berdasarkan hasil implementasi kerja sama dengan 4 (empat) pihak penyalur yang bersedia di lokasi area antara lokasi produksi dan pemasaran Tempe Fatisha, rata-rata penjualan produk tempe per hari yaitu 27,25 bungkus tempe dengan persentase peningkatan penjualan sebesar 21,8% dengan sistem konsinyasi.

Kata Kunci: strategi pemasaran, *business canvas model*, *swot*, *analytical hierarchy process*