

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO KUE
"CINTA RASA" KELURAHAN BABELAN KOTA
KECAMATAN BABELAN KABUPATEN BEKASI**

SKRIPSI



Oleh
Gian Nugroho
NPM: 41185009170009

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM 45
BEKASI
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Strategi Pemasaran pada Toko Kue "Cinta Rasa"
Kelurahan Babelan Kota Kecamatan Babelan Kabupaten
Bekasi

Nama : Gian Nugroho
NPM : 41185009170009
Program Studi : Agribisnis

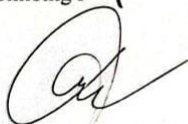
Telah Diuji dalam Sidang Komprehensif
Pada Tanggal 11 Juli 2024

Menyetujui dan Mengesahkan.

Pembimbing.

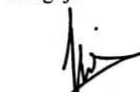


Ridwan Luthfiadi, Ir., M.T.
Pembimbing I



Dawud Ardísela, Ir., M.T.
Pembimbing II

Penguji.



Ismarani S.Si., M.Si.
Penguji I



Esi Asyani Listvowati, S.P., M.Sc.
Penguji II



M. Ikhwan Rahmanto, S.TP., M.Si
Penguji III

Mengetahui,

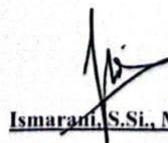


Dekan Fakultas Pertanian



Ahya Kamilah, Ir., M.Si.

Ketua Program Studi
Agribisnis



Ismarani S.Si., M.Si.

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Gian Nugroho
NPM : 41185009170009
Progam Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian

Dengan ini saya menyatakan bahwa penelitian yang berjudul **“Analisis Strategi Pemasaran pada Toko Kue “Cinta Rasa” Kelurahan Babelan Kota Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi”** adalah hasil karya penulis sendiri dengan arahan dosen pembimbing dan belum pernah diajukan sebagai karya ilmiah pada perguruan tinggi atau lembaga manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya orang lain yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Bekasi, Juli 2024
Yang Membuat Pernyataan



Gian Nugroho

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO KUE “CINTA RASA” KELURAHAN BABELAN KOTA KECAMATAN BABELAN KABUPATEN BEKASI

Analysis of Marketing Strategy on “Cinta Rasa” Cake Shop at Bekasi Regency

Gian Nugroho¹, Ridwan Lutfiadi², dan Dawud Ardisela³

¹Mahasiswa Pembuat Skripsi, ²Pembimbing Pertama, dan ³Pembimbing kedua
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam 45 Bekasi

Jl. Cut Meutia No. 83 Bekasi 117113

ABSTRACT

The "Cinta Rasa" cake shop is a small business that operates in the culinary sector which is located in Babelan City, Bekasi Regency. In facing increasingly competitive and varied business competitors, companies must have a reliable strategy to achieve company goals. This research aims to determine (1) the external and internal environmental conditions at the "Cinta Rasa" Cake Shop (2) the position of the "Cinta Rasa" Cake Shop on the IE Matrix; (3) alternative and priority competitive strategies implemented by the "Cinta Rasa" Cake Shop. This research uses a case study method with a questionnaire as an interview guide in obtaining data and information obtained aimed at owners and employees. The research results show that the main strength lies in competent human resources, and serving custom cakes. The main weakness is limited space, the main opportunity is residential development around the shop, and the main threat is similar variants and competitors' promotional techniques. The results of the IE matrix show that the Cinta Rasa Cake Shop is in Cell IV, which is still at the growth and development stage. QSPM analysis results shows the main priority strategy is to increase cake variants, increase the quality and quantity of products using existing resources and establish collaboration with snack catering businesses.

Keyword: cake, strategy, marketing, SWOT and QSPM

ABSTRAK

Toko Kue “Cinta Rasa” merupakan salah satu usaha kecil yang bergerak di bidang kuliner *cake* yang berlokasi di Babelan Kota Kabupaten Bekasi. Pesaing usaha yang semakin kompetitif dan bervariasi, maka perusahaan harus memiliki strategi dalam mencapai tujuan perusahaan. Penelitian ini bertujuan mengetahui (1) kondisi lingkungan eksternal dan internal pada Toko Kue “Cinta Rasa” (2) posisi Toko Kue “Cinta Rasa” pada Matriks IE; (3) alternatif dan prioritas strategi bersaing yang diterapkan Toko Kue “Cinta Rasa”. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan kuesioner sebagai pedoman wawancara kepada pemilik, dan karyawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama terletak pada SDM yang kompeten, dan lokasi strategis dan melayani custom kue. Kelemahan utamanya adalah keterbatasan tempat, peluang utama pembangunan pemukiman sekitar toko. Ancaman utamanya adalah varian bolu yang ditawarkan pesaing dan teknik promosi yang dilakukan pesaing. Hasil matriks IE menunjukkan Toko Kue Cinta Rasa pada Sel IV, yaitu masih pada tahap tumbuh dan berkembang. Hasil analisis QSPM menunjukkan strategi yang diprioritaskan utama adalah menambah varian kue, meningkatkan kualitas, dan kuantitas produk dengan sumberdaya yang dimiliki serta menjalin kerjasama dengan usaha *catering snack*.

Kata kunci: kue, strategi, pemasaran SWOT, dan QSPM

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamiin puji syukur penulis panjatkan ke Hadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk melaksanakan penelitian.

Skripsi ini berjudul “Analisis Strategi Pemasaran pada Toko Kue “Cinta Rasa” Kelurahan Babelan Kota Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi”. Penulisan skripsi ini juga tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Sebagai bentuk rasa syukur kepada Allah SWT, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada

1. Ibu Ahya Kamilah, Ir., M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam “45” Bekasi.
2. Ibu Ismarani, S.Si., M.Si selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Bapak Ridwan Luthfiadi, Ir., M.T selaku Dosen Pembimbing Akademik Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam “45” Bekasi sekaligus Dosen Pembimbing I.
4. Bapak Dawud Ardisela, Ir., M.T selaku Dosen Pembimbing II yang selalu meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dalam penulisan skripsi ini dengan penuh kesabaran serta keikhlasan.
5. Dosen, Staff TU, Civitas Akademika Fakultas Pertanian Universitas Islam “45” Bekasi yang telah memberikan motivasi selama proses kuliah.
6. Terimakasih kepada Toko Kue “Cinta Rasa” yang telah memberikan izin serta membantu dalam berjalannya penelitian.
7. Kepada orang tua tercinta saya Bapak Dadang dan Ibu Ani Samini atas dukungan dan do'a yang tak henti-hentinya, sehingga saya dapat menyelesaikan kuliah dan skripsi ini dengan baik sesuai dengan apa yang orang tua harapkan.
8. Adik Gito Alamsyah yang selalu memberikan do'a, semangat, dukungan mori serta limpahan kasih sayang kepada penulis.
9. Tuti Alawiyah, seseorang yang selalu menemani dalam keadaan suka maupun duka yang selalu mendengarkan keluh kesah dan memberikan dukungan.

Terimakasih karena sudah bersedia menemani dan mendukung saya hingga saat ini.

10. Teman-teman, sahabat, dan adik-adik yang telah memberikan semangat, dukungan, dan do'a dalam membuat skripsi ini.
11. Teman-teman angkatan 2017 yang telah menjadi teman kelas selama empat tahun.
12. Semua pihak yang tidak bisa penulis tuliskan satu persatu semoga semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini selalu diberikan kemudahan terhadap segala masalahnya serta diberi ganjaran pahala oleh ALLAH SWT.

Semoga segala bentuk dukungan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT.

Bekasi, Juli 2024

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	iii
RIWAYAT HIDUP.....	v
ABSTRAK	vii
RINGKASAN	ix
LEMBAR PENGESAHAN	xiii
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN	xxv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Sistem Agribisnis	5
2.2 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	6
2.3 Bisnis Bakery	7
2.4 Strategi Pemasaran.....	8
2.5 Bauran Pemasaran.....	10
2.6 <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE) dan <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	11
2.7 Matriks IE	13
2.8 Analisis SWOT	13
2.9 Analisis QSPM.....	15
2.10 Penelitian Terdahulu	15
2.11 Kerangka Pemikiran.....	16

BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Metode Penelitian.....	19
3.2 Objek dan Lokasi Penelitian	19
3.3 Data Dan Sumber Data.....	19
3.4 Analisis Data	19
3.4.1 IFE dan EFE	20
3.4.2 Analisis Faktor Internal dan Eksternal (IE)	21
3.4.3 Matriks SWOT.....	22
3.4.4 Analisis QSPM.....	23
3.5 Jadwal Penelitian.....	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	25
4.1 Profil Toko Kue Cinta Rasa	25
4.2 Tenaga Kerja	26
4.3 Produksi Toko Kue Cinta Rasa	26
4.4 Analisis Lingkungan Internal	27
4.4.1 Aspek SDM.....	27
4.4.2 Aspek Produksi	28
4.4.3 Aspek Pemasaran	28
4.4.4 Aspek Keuangan	34
4.5 Analisis Lingkungan Eksternal	34
4.5.1 Kekuatan Ekonomi.....	34
4.5.2 Kekuatan Demografi dan Lingkungan	35
4.5.3 Kekuatan Teknologi.....	36
4.5.4 Kekuatan Politik, Pemerintah dan Hukum.....	37
4.5.5 Kekuatan Kompetitif.....	37
4.6 Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal	38
4.7 Analisis Matriks IFE dan EFE.....	38
4.8 Analisis Matriks IE.....	40
4.9 Analisis SWOT.....	42
4.10 Hasil QSPM	43
4.11 Sintesa Hasil Analisis Data.....	48
4.12 Implikasi Manajerial	49

BAB V SIMPULAN	49
5.1 Simpulan.....	49
5.2 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Omset Toko Kue “Cinta Rasa” Tahun 2021-2023.....	2
Tabel 2. Daftar Pesaing Usaha Cake di Kelurahan Babelan Kota	2
Tabel 3. Penelitian Terdahulu	15
Tabel 4. Matriks IFE dan EFE	20
Tabel 5. Matriks QSPM	23
Tabel 6. Jadwal Penelitian.....	24
Tabel 7. Daftar Produk Kue Bolu “Cinta Rasa”	26
Tabel 8. Hasil Identifikasi Faktor Internal	38
Tabel 9. Hasil Identifikasi Faktor Eksternal	38
Tabel 10. Hasil Analisis Matriks IFE.....	39
Tabel 11. Hasil Matriks EFE.....	40
Tabel 12. Hasil Analisis Prioritas Strategi	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Sistem Agribisnis	5
Gambar 2. Matriks SWOT	15
Gambar 3. Kerangka Pemikiran	17
Gambar 4. Matriks IE.....	22
Gambar 5. Daftar Produk di Toko Kue “Cinta Rasa”	34
Gambar 6. Hasil Analisis Matriks IE	41
Gambar 7. Hasil Matriks SWOT Toko Kue “Cinta Rasa”.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian Toko	57
Lampiran 2. Kuesioner Narasumber	63
Lampiran 3. Hasil Matriks IFE dan EFE	65
Lampiran 4. Hasil Matriks IE.....	67
Lampiran 5. Kuesioner QSPM.....	69
Lampiran 6. Perhitungan QSPM.....	71
Lampiran 7. Dokumentasi Penelitian.....	73

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO KUE "CINTA RASA" KELURAHAN BABELAN KOTA KECAMATAN BABELAN KABUPATEN BEKASI

ORIGINALITY REPORT



PRIMARY SOURCES

1	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	2%
2	repository.ipb.ac.id Internet Source	2%
3	repository.uinsu.ac.id Internet Source	2%
4	adoc.pub Internet Source	2%
5	id.123dok.com Internet Source	2%
6	openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id Internet Source	1%
7	docplayer.info Internet Source	1%
8	repository.unika.ac.id Internet Source	1%

text-id.123dok.com