

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN CV TAHU ANI JAYA
KECAMATAN SUKMAJAYA KOTA DEPOK**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

**RETNO DIANTI LESTARI
NIM. 2411907679**



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2024**



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN CV TAHU ANI JAYA
KECAMATAN SUKMAJAYA KOTA DEPOK**

Oleh

Nama : RETNO DIANTI LESTARI
NIM : 2411907679
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 08 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

M. Aziz Winardi, ST, MM.

Drs. Henky Hendrawan, MM., M.Si.

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S.



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN CV TAHU ANI JAYA
KECAMATAN SUKMAJAYA KOTA DEPOK**

Oleh:

Nama : RETNO DIANTI LESTARI
NIM : 2411907679
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 08 Agustus 2024
Waktu : 09.20 – 10.40

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Altatit Dianawati, S.Si, MM

()

Anggota : Agustini, S.Kom, MM

()

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Retno Dianti Lestari

NIM : 2411907679

Jurusan : Manajemen Bisnis

Nomor KTP : 3276064503000004

Alamat : Jl. H Iming Gg Al Irsyad No.40 RT 06 RW 16 Kecamatan Beji
Kelurahan Beji Kota Depok, Jawa Barat

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran CV Tahu Ani Jaya Kecamatan Sukmajaya Kota Depok ini merupakan karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwapernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 08 Agustus 2024

Retno Dianti Lestari

ABSTRAK

RETNO DIANTI LESTARI. NIM 2411907679. Analisis Strategi Pemasaran CV Tahu Ani Jaya Kecamatan Kota Depok

Bisnis merupakan aktivitas kerja dari kehidupan manusia. Dunia bisnis tumbuh dan berkembang pesat dengan berbagai macam jenis barang dan jasa yang ditawarkan di tengah-tengah masyarakat. Indonesia ditumbuhi berbagai macam jenis tanaman pokok seperti jagung, umbi-umbian, kelapa sawit, dan kedelai. Salah satunya kedelai yang dapat diolah menjadi tahu yang mengandung gizi serta kandungan air serta kalsium tinggi yang mudah kita jumpai dipasaran dan dapat dimasak dengan aneka cara seperti digoreng, dibacem bahkan hanya direbus. Olahan tahu salah satu nya yaitu CV Tahu Ani Jaya yang terletak di Kecamatan Sukmajaya Kota Depok.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisa strategi CV Tahu Ani Jaya. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deksriptif kualitatif dengan pengumpulan data kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 4 orang. Pengolahan data menggunakan analisis Internal Factor Evaluation (IFE), External Factor Evaluation (EFE), matriks Internal-Eksternal (IE), matriks swot dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).

Berdasarkan hasil identifikasi diperoleh 10 faktor internal dan 8 faktor eksternal yang dapat digunakan untuk menilai kondisi CV Tahu Ani Jaya. Berdasarkan matriks diatas didapatkan bahwa hasil IFE sebesar (3,000) dan EFE sebesar (2,209) menunjukan bahwa posisi internal dan eksternal CV Tahu Ani Jaya berada di sel IV yang digambarkan tumbuh dan berkembang.

Kata Kunci : CV Tahu Ani Jaya, IFE, EFE, SWOT dan QSPM.

ABSTRACT

RETNO DIANTI LESTARI. NIM 2411907679. Analisis Strategi Pemasaran CV Tahu Ani Jaya Kecamatan Kota Depok

Business is a work activity in human life. The business world is growing and developing rapidly with various types of goods and services offered in middle-middle society. Indonesia grows various types of staple crops such as corn, tubers, oil palm and soybeans. One of them is soybeans which can be processed into tofu which contains nutrients and high air and calcium content which we can easily find on the market and can be cooked in various ways such as frying, braising and even just boiling. One of the processed tofu products is CV Tahu Ani Jaya, which is located in Sukmajaya District, Depok City.

The aim of this research is to find out and analyze the strategy of CV Tahu Ani Jaya. The type of research used was qualitative descriptive research with questionnaire data collection with a total of 4 respondents. Data processing was analyzed using Internal Factor Evaluation (IFE), External Factor Evaluation (EFE), Internal-External matrix (IE), SWOT matrix and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).

Based on the identification results, 10 internal factors and 8 external factors were obtained which can be used to assess the condition of CV Tahu Ani Jaya. Based on the matrix above, it is found that the IFE results are (3,000) and the EFE is (2,209) indicating that the internal and external position of CV Tahu Ani Jaya is in cell IV which is described as growing and developing.

Keywords: CV Tahu Ani Jaya, IFE, EFE, SWOT and QSPM.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT penulis panjatkan karena berkat anugerah dan kasih karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya.

Penelitian dengan judul Analisis Strategi Pemasaran CV Tahu Ani Jaya Kecamatan Sukmajaya Kota Depok. Disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis ingin mengetahui apakah faktor yang signifikan dari Analisis Strategi Pemasaran CV Tahu Ani Jaya Kecamatan Sukmajaya Kota Depok. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui kemampuan bisnis pemasaran dan mampu mencapai target dengan mudah.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang kepada:

1. Bapak Mildy Rifai, SE., selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Bapak Henky Hendrawan, Drs., MM., Msi., selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Bapak M Aziz Winardi, ST, MM selaku Dosen Pembimbing Proposal Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Jurusan Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menyelesaikan proposal Skripsi.
6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati

7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2019 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
8. Bapak Dadang selaku pemilik usaha tahu yang memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Pabrik Usaha Tahu.
9. Ibunda Warsini tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi dengan baik.
10. Terima kasih kepada Guyon Waton, Denny Caknan, NDX Aka, Aftersshine, Juicy Lucy yang sudah menjadi playlist dalam menemani saya saat penyusunan skripsi.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amiin.

Depok, 08 Agustus 2024
Penulis,

RETNO DIANTI LESTARI
NIM: 2411907679

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN.....	ii
PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Pembatasan Masalah.....	3
1.4 Rumusan Masalah.....	3
1.5 Tujuan Penelitian	4
1.6 Manfaat Penelitian	4
1.7 Sistematika Penulisan	4
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Kedelai	6
2.1.2 Tahu.....	7
2.1.3 Pengertian Strategi	7
2.1.4 Pemasaran	8
2.1.5 Strategi Pemasaran.....	10
2.1.6 Pendapatan	15
2.1.7 Penjualan.....	15
2.1.8 Peningkatan Penjualan	18
2.1.9 Analisis Lingkungan Pemasaran.....	18
2.1.10 Analisis SWOT	21
2.1.11 Matriks SWOT.....	21
2.1.12 QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>)	26
2.1.13 Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE) dan Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	27
2.1.14 Matriks <i>External Internal</i> (IE)	29
2.1.15 Definisi Operasional dan Konsep Pengukuran Variabel	30
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Pemikiran Operasional	33
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 35
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	35
3.2 Jenis Penelitian Kualitatif.....	35
3.3 Informan dan Narasumber	36
3.3.1 Populasi.....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	36

3.5	Pengolahan dan Analisis Data	39
3.6	Proses Perumusan Alternatif Strategi	40
3.6.1	Pengumpulan Data	40
3.6.2	Tahap Analisis	41
3.6.3	Pengambilan Keputusan.....	41
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1	Gambaran Umum CV Tahu Ani Jaya Kecamatan Sukmajaya Kota Depok	42
4.1.1	Sejarah Singkat CV Tahu Ani Jaya Kecamatan Sukmajaya Kota Depok	42
4.1.2	Visi Misi dan Tujuan	42
4.1.3	Struktur Organisasi Perusahaan	42
4.2	Strategi Pemasaran CV Tahu Ani Jaya	43
4.2.1	<i>Segmentation, Targeting dan Positioning</i>	43
4.2.2	Bauran Pemasaran Barang	44
4.3	Identifikasi Faktor-Faktor Strategis Internal dan Eksternal CV Tahu Ani Jaya	46
4.4	Rumusan Strategi Pengembangan Usaha	48
4.4.1	Analisis Lingkungan Eksternal (IFE)	48
4.4.2	Analisis Lingkungan Eksternal (EFE)	49
4.4.3	Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal (IE)	51
4.4.4	Analisis Matriks SWOT.....	52
4.4.5	Analisis Matriks <i>Quantitative Strategic Planning</i> (QSPM)	54
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1	Kesimpulan	56
5.2	Saran	58
	DAFTAR PUSTAKA.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Matriks SWOT</i>	26
Tabel 2.2 Matriks QSPM.....	27
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 4.1 Harga Produk.....	45
Tabel 4.2 Matriks IFE CV Tahu Ani Jaya	49
Tabel 4.3 Matriks EFE CV Tahu Ani Jaya	50
Tabel 4.5 Peringkat strategi berdasarkan QSPM.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV Tahu Ani Jaya.....	43
Gambar 4.2 Matriks IE CV Tahu Ani Jaya.....	51
Gambar 4.3 Matriks SWOT CV Tahu Ani Jaya	52