

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**ANALISIS PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN
MENGUNAKAN METODE SWOT DAN QSPM DI UMKM
PEMPEK LENLIN**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi*

Disusun Oleh:

FADLY HANAFI
11752100425



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

ANALISIS PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN MENGUNAKAN METODE SWOT DAN QSPM DI UMKM PEMPEK LENLIN

TUGAS AKHIR

Oleh :

FADLY HANAFI
11752100425

Telah diperiksa, disetujui, dan disahkan Sebagai Laporan Tugas Akhir
di Pekanbaru, pada tanggal 6 Juli 2023

Pembimbing I



Muhammad Rizki, M.T., M.B.A
NIP : 198707082019031014

Ketua Jurusan



Misra Hartati, S.T., M.T.
NIP : 198205272015032002

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN JURUSAN

ANALISIS PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN MENGUNAKAN METODE SWOT DAN QSPM DI UMKM PEMPEK LENLIN

TUGAS AKHIR

Oleh :

FADLY HANAFI
11752100425


Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau di Pekanbaru, pada tanggal 22 Juni 2023

Pekanbaru, 6 Juli 2023

Mengesahkan
Ketua Program Studi

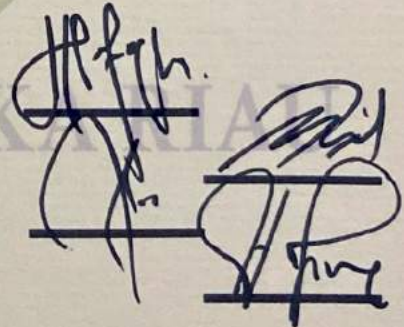

Misra Hartati, S.T., M.T
NIP. 19820527 201503 2 002

Dekan


Dr. Hartono, M.Pd
NIP. 19640301 199203 1 003

DEWAN PENGUJI :

Ketua : Melfa Yola, S.T, M.Eng
Sekretaris I : Muhammad Rizki, M.T., M.B.A
Anggota I : Nofirza, S.T, M.Sc
Anggota II : Ismu Kusumanto, S.T, M.T



© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Lampiran Surat:

Nomor Surat : Nomor 25/2023
Tanggal : 11 Juli 2023

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fadly Hanafi
NIM : 11752100425
Tempat/Tanggal Lahir : Duri/20 Januari 1999
Fakultas : Sains dan Teknologi
Prodi : Teknik Industri
Judul Skripsi : Analisis Perancangan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT dan QSPM di UMKM Pempek Lenlin

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian dan pemikiran saya sendiri.
2. Semua kutipan sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu skripsi saya ini, saya nyatakan bebas plagiat.
4. Apabila kemudian hari ditemukan plagiat pada skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.
5. Dengan demikian surat ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan.

Pekanbaru, 11 Juli 2023
Yang membuat pernyataan,



METERAI
TEMPEL
FADLY HANAFI
NIM. 11752100425

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas Akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum dengan ketentuan bahwa hak cipta pada penulis. Referensi kepustakaan berkenaan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan dengan izin penulis dan harus disertai dengan kebiasaan ilmiah untuk penyebutan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan yang meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya diharapkan untuk mengisi nama, tanda peminjaman dan tanggal pinjam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSEMBAHAN



“Dan terhadap nikmat Tuhanmu hendaklah engkau nyatakan (dengan bersyukur)”.

(Q.S Adh-Dhuha : 11)

Puji syukur kepada Allah Yang Maha Kuasa tidak henti penulis lantunkan atas segala nikmat yang telah diberikan. Nikmat iman, nikmat kesehatan, nikmat rezeki dan nikmat kelancaran atas penyelesaian penelitian ini.

Dengan ini penulis mempersembahkan sebuah karya tulis untuk Umi dan Abi yang tak pernah henti mendo'akan serta memberi seluruh dukungan untuk penulis menuntut ilmu.

Dengan ridho dan do'a Umi dan Abi sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan ini.

Terima kasih tak hingga penulis ucapkan kepada dua orang bagai malaikat pelindung yang selalu mendo'akan dan memberi motivasi agar penulis dapat menjadi pribadi yang bermanfaat.

Pekanbaru, 11 Juli 2023

FADLY HANAFI

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum wr. wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, dan hidayah- Nya, sholawat serta salam selalu tercurah kepada Baginda Rasullullah Muhammad SAW, sehingga Penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini dengan judul "Analisis Perancangan Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM di UMKM Pempek Lenlin" sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana teknik pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Pada kesempatan ini, Penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dan penghargaan yang tulus kepada semua pihak yang telah banyak memberi petunjuk, bimbingan, dorongan dan bantuan dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, terutama pada:

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Hartono M.Pd. Selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Ibu Misra Hartati, S.T., M.T. Selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Anwardi, S.T., M.T. Selaku Sekretaris Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Bapak Nazaruddin, S.ST., MT. Selaku Koordinator Tugas Akhir Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Ibu Melfa Yola, S.T., M.Eng. Selaku penasehat akedemis yang menasehati dan memberikan Ilmu Pengetahuan bagi Penulis selama masa perkuliahan.
- Bapak Muhammad Rizki, M.T., M.B.A. Selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat berharga bagi Penulis dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah banyak memberikan Ilmu Pengetahuan bagi Penulis selama masa perkuliahan.

Terima kasih yang sebesar-besarnya untuk kedua orang tua tercinta, Ayahanda Meifandi dan Ibunda Leny, serta seluruh keluarga besar penulis lainnya yang selama ini telah banyak berjasa memberikan dukungan moril dan materil serta do'a restu sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Ucapan terima kasih kepada teman-teman Teknik Industri yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah mendukung dan bantuan kepada penulis selama pengerjaan Tugas Akhir.

Dalam penulisan laporan ini, penulis menyadari bahwa laporan ini jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharap kritik serta saran yang bersifat membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan laporan ini dan agar lebih baik di masa yang akan datang.

Pekanbaru, 6 Juli 2023

Penulis

FADLY HANAFI
NIM. 11752100425

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ANALISIS PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN QSPM DI UMKM PEMPEK LENLIN

Fadly Hanafi¹, Muhammad Rizki², Nofirza³, Ismu Kusumanto⁴
Email: fadlyhanafi31@gmail.com

ABSTRACT

Starting from the problems experienced by Len-Lin's Pempek business, where sales did not reach the set targets and did not have a good marketing strategy plan to increase sales. This research was conducted with the aim of formulating a marketing strategy for these SMEs with the SWOT and QSPM methods. This type of research uses descriptive qualitative methods with analysis of Business Development Strategies using EFE and IFE matrices, IE matrices, SWOT matrices and QSPM. The results of this study are in an intermediate position in utilizing internal and external factors for business development with a total IFE of 2.961 and a total of EFE of 2.919. The matrix mapping shows that Len-Lin's Pempek business use the defensive and maintain strategy. From the research results, there are seven alternative strategies that can be used to increase sales or develop a business.

Keywords: IFE, EFE, IE, SWOT, QSPM

ABSTRAK

Awal dari permasalahan yang dialami UMKM Pempek Lenlin, dimana penjualan yang tidak mencapai target yang telah ditetapkan dan tidak memiliki rancangan strategi pemasaran yang baik untuk meningkatkan penjualan. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk merumuskan strategi pemasaran pada UMKM ini dengan metode SWOT dan QSPM. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan analisis Strategi Pengembangan Bisnis menggunakan matriks EFE dan IFE, matriks IE, matriks SWOT dan QSPM. Hasil penelitian ini berada pada posisi menengah dalam memanfaatkan factor internal dan eksternal untuk pengembangan bisnis yaitu dengan total IFE 2,961 dan total EFE 2,919. Dalam pemetaan matrix IE menunjukkan bahwa UMKM Pempek Lenlin menggunakan strategi pertahankan dan pelihara. Dari hasil penelitian, didapat tujuh strategi alternative yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan atau mengembangkan bisnis.

Kata Kunci: IFE, EFE, IE, SWOT, QSPM

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia di masa seperti sekarang ini terlihat semakin banyak UMKM yang bergerak di bidang industri makanan. Keadaan seperti ini tentunya setiap perusahaan harus mampu berkompetisi dengan para kompetitor agar tetap beroperasi dan selalu menjadi pilihan utama bagi konsumen. UMKM Pempek Len-Lin merupakan usaha yang bergerak di bidang industri makanan yang menghasilkan produk yaitu pempek makanan khas kota Palembang. Masalah yang dihadapi UMKM ini adalah pada strategi pemasaran yang kurang optimal sehingga produk pempek ini kurang dikenal oleh masyarakat dan masih sangat sedikit yang tertarik untuk membeli produk ini. Pempek dari UMKM Pempek Len-Lin ini memiliki kualitas rasa yang enak dan harga yang relatif murah dan pesaing yang sejenis dengan UMKM Pempek Len-Lin masih terbilang sangat sedikit, namun kendalanya masih sedikit orang yang mengenal pempek di kota Duri sedangkan UMKM ini terletak di lokasi yang cukup strategis, yaitu di Jalan Khayangan Tengah, merupakan tempat yang sering dilalui setiap kalangan baik sepulang kerja ataupun

di waktu istirahat makan siang. Di lokasi ini juga tempat yang padat penduduk dan terlihat di waktu sore sering terlihat orang ramai berlalu-lalang. Dengan kondisi ini dapat disimpulkan bahwa dibutuhkan strategi pemasaran yang optimal guna meningkatkan minat dari konsumen terhadap pempek di UMKM Pempek Len-Lin ini.

Perencanaan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran produk pempek di UMKM ini menggunakan metode analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities dan Threats) dan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). Analisis SWOT merupakan analisis faktor yang ditentukan secara sistematis baik dari internal perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan dan dari eksternal perusahaan berupa peluang dan ancaman untuk merumuskan strategi pemasaran perusahaan yang optimal. Pengambilan keputusan untuk menentukan strategi selalu berhubungan dengan pengembangan misi, tujuan dan strategi serta kebijakan dari perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategi (strategic planner) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan baik dari faktor internal (kekuatan dan kelemahan) maupun dari faktor

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip atau menjiplak isi publikasi ini secara langsung atau tidak langsung dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengutip atau menjiplak isi publikasi ini secara langsung atau tidak langsung dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
3. Dilarang mengutip atau menjiplak isi publikasi ini secara langsung atau tidak langsung dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
4. Dilarang mengutip atau menjiplak isi publikasi ini secara langsung atau tidak langsung dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta © UIN Suska Riau



eksternal (peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada disaat ini. Analisis SWOT digunakan untuk membandingkan antar faktor internal dan dan eksternal (Pratama dan Nudin, 2021).

Selain SWOT, selanjutnya metode yang digunakan untuk menyusun strategi pemasaran pada kasus ini yaitu dengan Matriks QSPM. Matriks QSPM digunakan untuk melakukan evaluasi dan memilih strategi terbaik untuk diterapkan di perusahaan dengan mempertimbangkan faktor internal maupun faktor eksternal yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Aleratif strategi menggunakan matrix QSPM merupakan strategi yang paling baik untuk dapat diterapkan pada organisasi atau perusahaan dalam menghadapi permasalahan strategi pemasaran. Analisis QSPM merupakan analisis yang dilakukan pada tahap akhir untuk menentukan pemilihan strategi pemasaran (Kusniastuti, 2018).

Permasalahan yang sedang dihadapi UMKM Pempek Len-Lin ini yang paling krusial adalah kurangnya minat konsumen terhadap produk yang dijual. Adapun permasalahan yang berhubungan dengan kurangnya minat dari konsumen adalah proses pemasaran pempek di UMKM Pempek Len-Lin ini masih belum optimal dan belum dikenal masyarakat sekitar. Dari segi harga, Pempek Len-Lin menetapkan harga produk ini terbilang sangat murah dan terjangkau untuk semua kalangan dibandingkan harga yang ditetapkan dari pesaing yang menjual produk yang sama. Pesaing yang menjual produk yang sama juga masih belum banyak. Pempek Len-Lin ini terletak di lokasi yang cukup strategis yaitu terletak di jalan Khayangan kota Duri dimana lokasi tersebut dapat dikatakan sebagai lokasi kuliner di kota duri. Dari peninjauan lapangan secara langsung dapat disimpulkan bahwa masyarakat sekitar belum terlalu mengenal pempek dan ada beranggapan bahwa pempek ini harganya mahal karena pada umumnya penjual pempek di kota Duri menetapkan harga yang terbilang cukup tinggi. Kemudian, sehubungan dengan perkembangan zaman dan masyarakat cenderung belanja melalui via online dan delivery, seperti belanja melalui Gojek, Grab dan lain sebagainya, Pempek Len-Lin belum menerapkan strategi tersebut. Hal ini membuktikan bahwa masih kurangnya strategi dalam memasarkan produk yang dilakukan oleh UMKM ini. Sehingga, perlu dilakukan pengoptimalan dalam strategi pemasaran serta mendemonstrasikan bahwa Pempek Len-Lin ini memiliki cita rasa yang enak dan harga yang sangat terjangkau kepada masyarakat guna meningkatkan penjualan konsumen untuk membeli produk ini.

METODE

Kegiatan paling awal yang dilakukan dalam penelitian adalah mengidentifikasi masalah, merumuskan masalah, dan menetapkan tujuan

penelitian. Pada penelitian ini membutuhkan responden untuk mendapatkan data dari kuesioner yang akan diolah, maka penentuan jumlah populasi dan sampel diperlukan untuk mengetahui jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian.

Setelah data kuesioner didapatkan, data tersebut harus diuji validitas dan reliabilitasnya. Jika data tidak valid dan reliable, maka penyebaran kuesioner dilakukan kembali. Jika data valid dan reliable, maka dilanjutkan pada tahap pengolahan data.

Langkah awal pengolahan data yaitu pada matrix IFE dan matrix EFE. Setelah skor diperoleh dari pengolahan tersebut, dilakukanlah pengolahan matrix IE yang bertujuan untuk menentukan posisi strategi yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran.

Setelah itu, melakukan analisis matrix SWOT untuk menentukan strategi-strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan perusahaan. Kemudian melakukan analisis matrix QSPM untuk mendapatkan total attractive score (TAS) dari strategi-strategi tersebut. TAS berfungsi untuk menentukan posisi atau ranking dari strategi tersebut dan ranking yang teratas dijadikan prioritas strategi untuk dilakukan dalam meningkatkan penjualan pada perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Matrix IFE

Hasil analisis dari Internal Factor Evaluation pada UMKM Pempek Lenlin memiliki total nilai skor sebesar 2,961.

Matrix EFE

Hasil analisis dari Eksternal Factor Evaluation pada UMKM Pempek Lenlin memiliki total nilai skor sebesar 2,919.

Tabel 1. Matrix Internal Factor Evaluation

Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
Memiliki ciri khas menu yang berbeda	0,100203	2,96	0,297
Harga yang terjangkau bagi semua kalangan	0,100542	2,97	0,299
Memiliki citra rasa yang enak	0,098849	2,92	0,289
Kualitas produk terjaga	0,10088	2,98	0,301
Memiliki lokasi yang strategis	0,100203	2,96	0,297
Packaging praktis dan mudah dibawa kemana-mana	0,093771	2,77	0,260
Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
Teknologi yang diterapkan masih kurang optimal	0,100203	2,92	0,289
Lingkungan kurang strategis	0,103927	3,07	0,320

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Journal of Business Administration and Management Studies (JBAMS) UIN Suska Riau



Kurangnya Promosi bagi konsumen	0,100203	2,92	0,287
Penyajian yang cukup	0,103927	3,07	0,320
Total			2,961

Sumber: Pengolahan Data, 2023

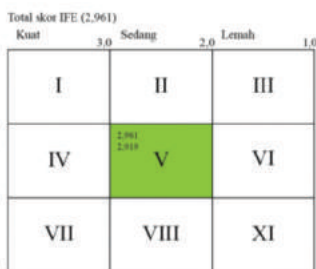
Tabel 2. Matrix Eksternal Factor Evaluation

Peluang	Bobot	Rating	Skor
Adanya kemajuan teknologi	0,100377	2,93	0,294
Adanya peluang untuk memasarkan secara langsung ke industri	0,095923	2,8	0,269
Adanya restoran makanan cepat saji yang memiliki tempat yang strategis	0,103188	3,01	0,31
Adanya pertumbuhan penduduk	0,102775	3	0,308
Tren makanan cepat saji meningkat	0,101405	2,96	0,3
Pembangunan hubungan baik dengan pelanggan	0,098664	2,88	0,284
Ancaman	Bobot	Rating	Skor
Banyaknya restoran makanan cepat saji hingga mudah meniru produk sendiri	0,100377	2,93	0,294
Adanya pesaing sejenis	0,097979	2,86	0,28
Perubahan selera konsumen	0,101405	2,96	0,3
Perubahan-perubahan meningkatnya harga bahan baku	0,097979	2,86	0,28
Total			2,919

Sumber: Pengolahan Data, 2023

Matrix Internal-Eksternal

Hasil tersebut menempatkan strategi pemasaran untuk UMKM Pempek Lenlin pada sel yang disebut strategi Pertahankan dan Pelihara. Pada posisi ini memungkinkan pemilik usaha untuk menggunakan strategi umum yaitu penetrasi pasar dengan memperluas pasar melalui promosi, pengembangan produk dengan cara menambah menu atau memperbaiki resep dan pengembangan pasar dengan memperluas target pasar secara geografis.



Gambar 2. Rekapitulasi Faktor Internal-Eksternal

Analisis Matrix SWOT

Analisis ini menggunakan data yang telah diperoleh dari matriks IFE dan EFE.

Tabel 3. Analisis SWOT

IFE	Kekuatan	Ancaman
	1. Memiliki ciri khas menu yang berbeda	1. Teknologi yang diterapkan masih kurang optimal
	2. Harga yang terjangkau bagi semua kalangan	2. Lingkungan kurang strategis
	3. Memiliki citra rasa yang enak	3. Kurangnya Promosi bagi konsumen
	4. Kualitas produk terjaga	4. Penyajian yang cukup lama
	5. Memiliki lokasi yang strategis	
	6. Packaging praktis dan mudah dibawa kemana-mana	
EFE	S-O	W-O
1. Kemajuan teknologi memberikan peluang produk untuk dipasarkan secara meluas	1. Meningkatkan kualitas produk dan menjaga rasa tetap enak dengan memberikan jaminan kepada konsumen	1. Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk melakukan pemasaran seperti memposting flyer di sosial media
2. Peningkatan industri makanan cepat saji	2. Desain packaging yang simple dan menarik untuk proses branding agar mudah diingat oleh konsumen	2. Membuat akun sosial media instagram dan rutin mempromosikan produk dan berikan penawaran-penawaran menarik seperti diskon dan bonus pembelian kepada konsumen
3. Memiliki tempat yang strategis		
4. Pertumbuhan penduduk		
5. Tren makanan cepat saji meningkat		
6. Membangun hubungan baik dengan pelanggan		
Ancaman	S-T	W-T
1. Banyaknya restoran makanan cepat saji	1. Menawarkan harga yang	1. Memberikan penawaran diskon kepada

2. Diarangi menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



sehingga mudah	stabil tanpa mengurangi kualitas produk	konsumen atau bonus produk saat konsumen membeli produk cukup banyak
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan penggunaan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	2. Menambah daftar menu baru guna menarik perhatian konsumen dan memberikan banyak pilihan kepada konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan	

Sumber: Pengolahan Data, 2023

Analisis Matrix QSPM

Matriks Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) merupakan tahap akhir dari analisis formulasi strategi berupa pemilihan alternatif terbaik dan pengambilan keputusan untuk memilih strategi yang paling tepat digunakan oleh perusahaan. Adapun peringkat strategi yang dapat digunakan untuk perusahaan sesuai dari peringkat dan nilai TAS yang paling tinggi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Peringkat Alternatif Strategi

No	Alternatif Strategi	Skor TAS	Peringkat
1	Meningkatkan kualitas produk dan menjaga rasa tetap enak dengan memberikan jaminan kepada konsumen	6,04	1
2	Menawarkan harga yang stabil tanpa mengurangi kualitas produk	5,76	2
3	Menambah daftar menu baru guna menarik perhatian konsumen dan memberikan banyak pilihan kepada konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan	5,48	4
4	Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk melakukan pemasaran seperti mem-posting flyer di sosial media	5,58	3
5	Memberikan penawaran diskon kepada konsumen atau bonus produk saat konsumen membeli produk cukup banyak	4,91	7
6	Membuat akun sosial	5,32	5

media instagram dan rutin mempromosikan produk dan berikan penawaran-penawaran menarik seperti diskon dan bonus pembelian kepada konsumen

7	Desain packaging yang simple dan menarik untuk proses branding agar mudah diingat oleh konsumen	5,06	6
---	---	------	---

Sumber: Pengolahan Data, 2023

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor internal dan eksternal dapat mempengaruhi penjualan suatu usaha. Faktor yang paling mempengaruhi penjualan diantaranya adalah kualitas produk dan harga jual. Selain itu, kemajuan teknologi juga dapat dimanfaatkan dalam penentuan strategi untuk meningkatkan penjualan salah satunya dengan melakukan promosi di media sosial. Hasil dari analisis SWOT dan matrix QSPM dalam penelitian ini telah ditetapkan untuk meningkatkan penjualan dari hasil rekapitulasi bahwa strategi pemasaran yang diprioritaskan menurut ranking dari total attractive score diantaranya adalah meningkatkan kualitas produk dan menjaga rasa tetap enak dengan memberikan jaminan kepada konsumen, menawarkan harga yang stabil tanpa mengurangi kualitas produk dan memanfaatkan kemajuan teknologi untuk melakukan pemasaran seperti mem-posting flyer di sosial media.

DAFTAR PUSTAKA

Adi, dkk. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Gofood Gojek Dikawasan Rungkut Surabaya (Studi Kasus Konsumen Gofood Gojek Dikawasan Rungkut Surabaya). *UBHARA Management Journal* Volume 1 Nomor 2.

As'ad, Ajmal. (2020). Strategi Pemasaran Jasa dalam meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar. *Jurnal Ekonomika* Vol. 4, No. 1.

Kurniastuti, Cahyani. (2018). Pemilihan Strategi Pemasaran Desa Wisata Edukasi dengan Metode QSPM.

Musa, Brando dan Rotinsulu, Jopie J. (2019). Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Lokasi Terhadap Omzet Penjualan Telur Ayam pada PT. Pandu Prima Manado. *Jurnal EMBA* Vol. 7, No. 3.

Pangest, Brayen, dkk. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada CV. LION di Ternate. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 6 No. 4.



Putungan, Titaniya, dkk. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT JNE Kotamobagu. *Jurnal Productivity* Vol.2 No.5.

Rahayu, Regil Indri, dkk. (2021). Strategi Aktivitas Pedagang Terhadap Pencemaran Kanal yang Berlokasi di Kanal Panampu Pasar Terong Kota Makassar. *Journal of Urban Planning Studies* Vol 1, No, 2.

Tak Open Access Undang-Undang

1. Dianggap mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



LETTER OF ACCEPTANCE (LOA)
No. 065/INTECOMS/2023

ada Yth
 Bapak/Ibu

Fadly Hanafi, Muhammad Rizki, Nofirza, Ismu Kusumanto
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Berdasarkan hasil telaah tim Jurnal INTECOMS: Journal of Information Technology and Computer Science , artikel yang berjudul “ANALISIS PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN QSPM DI UMKM PEMPEK PENLIN” telah **DITERIMA** dan akan di Publikasikan pada jurnal INTECOMS (Terakreditasi INTA 4) Volume 6 No 1 Juni Tahun 2023.

Demikianlah atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Lubuklinggau, 15 Juni 2023

Journal Manager



Dr. Ahmad Gawdy Prananosa, M.Pd

UIN SUSKA RIAU



SERTIFIKAT



Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi
Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic Univer



Kutipan dari Keputusan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi
Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia

Nomor 230/E/KPT/2022

Peringkat Akreditasi Jurnal Ilmiah periode IV Tahun 2022

Nama Jurnal Ilmiah

Journal of Information Technology and Computer Science (INTECOMS)

E-ISSN: 26141574

Penerbit: Institut Penelitian Matematika, Komputer, Keperawatan, Pendidikan dan Ekonomi (IPM2KPE)

Ditetapkan Sebagai Jurnal Ilmiah

TERAKREDITASI PERINGKAT 4

Akreditasi Berlaku selama 5 (lima) Tahun, yaitu
Volume 5 Nomor 1 Tahun 2022 sampai Volume 9 Nomor 2 Tahun 2026

Jakarta, 30 December 2022

Plt. Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi,
Riset, dan Teknologi



Prof. Ir. Nizam, M.Sc., DIC, Ph.D., IPU, ASEAN Eng
NIP. 196107061987101001

Catatan:
1. UU ITE No II Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah"
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BS-E