

## ABSTRAK

*“Lyly” Bakery adalah salah satu industri pembuatan roti di Lamongan yang menjadi market leader . Akan tetapi, untuk mempertahankan sebagai market leader diperlukan suatu strategi pemasaran yang tepat untuk dapat meningkatkan penjualan dan waspada terhadap adanya pesaing yang masuk di masa kini dan mendatang. Tujuan dari penelitian ini adalah (a) untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang merupakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bagi “Lyly” Bakery, (b) Menentukan alternatif strategi pemasaran yang tepat bagi “Lyly” Bakery. Metode penelitian ini dilakukan dengan wawancara dan pengisian kuesioner sebanyak 4 responden yang sengaja dipilih, sedangkan analisis data yang digunakan adalah matrik IFE, EFE, IE, SWOT, dan QSPM. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa hasil analisis faktor internal menggunakan matrik IFE memiliki total skor 2,823, analisis faktor eksternal menggunakan matrik EFE memiliki total skor 2,995 sehingga analisis faktor internal-eksternal menggunakan matrik IE diketahui bahwa “Lyly” Bakery terletak pada posisi sedang, yaitu sel ke-v (hold and mantain) artinya strategi mempertahankan dan memelihara. Sedangkan pada matrik SWOT didapatkan strategi S-O (mempertahankan kualitas dan keunggulan produk untuk menarik pelanggan melalui pemanfaatn berbagai teknologi, menciptakan tenaga kerja yang nyaman dan tenaga kerja yang lebih terampil), strategi W-O (meningkatkan kegiatan promosi untuk meningkatkan penjualan, meningkatkan kapasitas produksi dengan memanfaatkan bantuan modal), strategi S-T (mempertahankan kerja sama dengan berbagai perusahaan atau instansi dan pelayanan untuk membentuk citra positif “Lyly” Bakery, melakukan diversifikasi produk), dan strategi W-T (merencanakan pemasaran serta pengelolaan manajemen usaha yang profesional) serta dari matrik QSPM diperoleh total nilai daya tarik tertinggi adalah sebesar 6,182. Dengan demikian, alternatif strategi yang tepat bagi “Lyly” Bakery adalah mempertahankan kualitas produk dan keunggulan produk untuk menarik pelanggan.*

***Kata kunci: “Lyly” Bakery, Market Leader, Strategi Pemasaran. Alternatif***

## DAFTAR ISI

Halaman

|                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------|-----|
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                       | i   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                     | iii |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                                    | iv  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                                  | v   |
| <b>I. PENDAHULUAN</b> .....                                   | 1   |
| 1.1. LATAR BELAKANG.....                                      | 1   |
| 1.2. BATASAN MASALAH.....                                     | 2   |
| 1.3. RUMUSAN MASALAH.....                                     | 2   |
| 1.4. TUJUAN PENELITIAN.....                                   | 2   |
| <b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....                             | 3   |
| 2.1. ROTI.....                                                | 3   |
| 2.1.1. Pengertian Roti.....                                   | 3   |
| 2.1.2. Klasifikasi Roti.....                                  | 3   |
| 2.1.3. Bahan Dasar Pembuatan Roti.....                        | 5   |
| 2.1.4. Tahapan Pembuatan Roti.....                            | 8   |
| 2.2. STRATEGI PEMASARAN.....                                  | 9   |
| 2.3. BAURAN PEMASARAN.....                                    | 11  |
| 2.4. ANALISIS FAKTOR LINGKUNGAN INTERNAL.....                 | 14  |
| 2.5. ANALISIS FAKTOR LINGKUNGAN EKSTERNAL.....                | 15  |
| 2.5.1. Lingkungan Mikro.....                                  | 16  |
| 2.5.2. Lingkungan Makro.....                                  | 17  |
| 2.6. ANALISIS MATRIK IFE, EFE, dan IE.....                    | 18  |
| 2.7. ANALISIS SWOT.....                                       | 19  |
| 2.8. <i>QUANTITATIVE STRATEGIC PLANING MATRIX(QSPM)</i> ..... | 19  |
| 2.9. PENELITIAN TERDAHULU.....                                | 20  |
| <b>III. METODE PENELITIAN</b> .....                           | 22  |
| 3.1. TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN.....                         | 22  |
| 3.2. JENIS DAN SUMBER DATA.....                               | 22  |

|                                                                             |           |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.3. METODE PENGUMPULAN DATA.....                                           | 22        |
| 3.4. ANALISIS DATA.....                                                     | 23        |
| 3.4.1. Análisis Matrik IFE dan EFE.....                                     | 23        |
| 3.4.2. Analisis Matrik IE .....                                             | 26        |
| 3.4.3. Análisis Matrik SWOT .....                                           | 27        |
| 3.4.4. Análisis QSPM ( <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> )..... | 28        |
| 3.5. DIAGRAM ALIR PENELITIAN.....                                           | 30        |
| <b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>                                        | <b>31</b> |
| 4.1. GAMBARAN UMUM PESAING “LYLY” BAKERY .....                              | 31        |
| 4.2. ANALISIS STRATEGI PEMASARAN.....                                       | 33        |
| 4.2.1. Analisis Lingkungan Internal.....                                    | 33        |
| 4.2.2. Analisis Lingkungan Eksternal.....                                   | 37        |
| 4.3. MATRIK <i>INTERNAL FACTOR EVALUATION</i> (IFE).....                    | 41        |
| 4.4. MATRIK <i>EXTERNAL FACTOR EVALUATION</i> (EFE).....                    | 42        |
| 4.5. MATRIK <i>INTERNAL-EXTERNAL</i> (IE).....                              | 44        |
| 4.6. MATRIK SWOT .....                                                      | 45        |
| 4.7. MATRIK QSPM .....                                                      | 48        |
| <b>V. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>                                         | <b>50</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                                  | <b>52</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                                        | <b>54</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabel 3.1.</b> Penilaian Bobot Faktor Strategi Eksternal dan Eksternal..... | 23 |
| <b>Tabel 3.2.</b> Analisis Matrik IFE.....                                     | 25 |
| <b>Tabel 3.3.</b> Analisis Matrik EFE.....                                     | 26 |
| <b>Tabel 3.4.</b> Matrik SWOT.....                                             | 28 |
| <b>Tabel 3.5.</b> Matrik QSPM.....                                             | 29 |
| <b>Tabel 4.1.</b> Industri Pesaing “Lyly” Bakery.....                          | 31 |
| <b>Tabel 4.2.</b> Data Konsumen Industri Bakery.....                           | 32 |
| <b>Tabel 4.3.</b> Matrik IFE “Lyly” Bakery.....                                | 42 |
| <b>Tabel 4.4.</b> Matrik EFE “Lyly” Bakery.....                                | 43 |
| <b>Tabel 4.5.</b> Matrik SWOT “Lyly” Bakery.....                               | 45 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Gambar 3.1.</b> Matrik IE.....                                           | 27 |
| <b>Gambar 3.2.</b> Diagram Alir Penelitian.....                             | 30 |
| <b>Gambar 4.1.</b> Diagram Alir Proses Pembuatan Roti di “Lyly” Bakery..... | 34 |
| <b>Gambar 4.2.</b> Matrik IE.....                                           | 44 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Lampiran 1.</b> Kuesioner Penelitian.....                                 | 54 |
| <b>Lampiran 2.</b> Penilaian Bobot dan Rating Faktor Strategi Internal.....  | 60 |
| <b>Lampiran 3.</b> Penilaian Bobot dan Rating Faktor Strategi Eksternal..... | 63 |
| <b>Lampiran 4.</b> Matrik QSPM “Lyly” Bakery.....                            | 66 |