

**PENENTUAN STRATEGI
PENINGKATAN PENJUALAN
PRODUK SEPATU DENGAN
METODE SWOT
(Studi Kasus Toko Unexpeted, Surakarta)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Menyusun Tugas Akhir Dalam Program Studi Teknik
Industri**

Universitas Sahid Surakarta



Disusun Oleh:

ALEXANDER AJI WIJAYA

NIM. 2019053009

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS SAINS, TEKNOLOGI, DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENENTUAN STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK SEPATU DENGAN METODE SWOT

(Studi kasus toko Unexpected, Surakarta)

Disusun oleh:

Alexander Aji Wijaya

NIM 2019053009

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan dewan penguji

Pada hari Jumat Tanggal 07 Juli 2023.

Dosen Pembimbing 1



Yunita Primasanti, S.T., M.T.

NIDN. 0627058101

Dosen Pembimbing 2



Anita Oktaviana TD, S.T., M.T.

NIDN. 0619108802

Mengetahui,

Ketua Program Teknik Industri



Anita Oktaviana Trisna Dewi, S.T., M.T.

NIDN. 0619108802

LEMBAR PENGESAHAN

PENENTUAN STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK SEPATU DENGAN METODE SWOT

(Studi kasus toko Unexpected, Surakarta)

Disusun oleh:

Alexander Aji Wijaya

NIM: 2019053009

Skripsi ini telah diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji
Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains, Teknologi, dan Kesehatan

Universitas Sahid Surakarta

Pada hari ... Selasa ... Tanggal ... 11 Juli 2023 ...

Dewan Penguji

1 Penguji I Nama, Yunita Primasanti, S.T., M.T.

NIDN. 0627058101

2 Penguji II Nama, Anita Oktaviana TD, S.T., M.T.

NIDN. 0619108802

3 Penguji III Nama, Erna Indriastiningsih, S.T., M.T.

NIDN. 0616057702

Mengetahui,

Kepala Program Studi

Teknik Industri

Anita Oktaviana TD, S.T., M.T.

NIDN. 0619108802

Dekan Fakultas

Sains, Teknologi, dan Kesehatan

Firdhaus Hari Saputra A H, S.T., M. Eng.

NIDN. 0607077901

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan berkat serta kekuatan sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini.

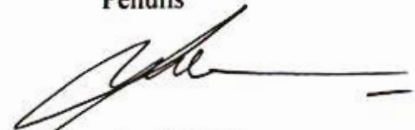
Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan dari berbagai pihak, tidak hanya bantuan juga dorongan, bahkan tenaga yang sudah dikeluarkan demi mendukung terwujudnya karya tulis berupa skripsi ini. Dengan sangat rendah hati saya ucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu dan tidak henti-hentinya melimpahkan segala rahmat, nikmat, anugerah, kesempatan serta ilmu yang berguna sehingga penulis dapat menuntaskan pendidikan kesarjanaan ini dengan baik dan lancar.
2. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan do'a, kasih sayang, semangat dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Ibu Yunita Primasanti, S.T, M.T. selaku Pembimbing I yang telah memberikan masukan dan saran dalam menyelesaikan penelitian ini.
4. Ibu Anita Oktaviana T D, S.T., M.T. selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Sahid Surakarta sekaligus Pembimbing II dan juga Dosen Wali, saya yang telah menyetujui serta memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan penelitian ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Teknik Industri yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama ini.
6. Pemilik toko Unexpected Bapak Marco Chadra Bagaskara yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian dan memberikan data data yang sangat bermanfaat untuk kelancaran skripsi ini.
7. Teman-teman Teknik Industri angkatan 2019 dan 2020, terima kasih atas semangat dan kekompakan serta bantuan selama ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu

Penulis menyadari bahwa laporan ini jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik, masukan dan saran yang membangun untuk penyempurnaan laporan ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Surakarta, 07 Juli 2023

Penulis



Alexander Aji Wijaya

NIM. 2019053009



PERSYARATAN ORISINALITAS KARYA ILMIAH

Saya mahasiswa Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains, Teknologi dan Kesehatan Universitas Sahid Surakarta. Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Alexander Aji Wijaya
NIM : 2019053009

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir/ skripsi dengan judul:
PENENTUAN STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK SEPATU DENGAN METODE SWOT (Studi kasus toko Unexpected, Surakarta).

Adalah benar-benar karya saya sendiri, bukan jiplakan atau karya milik orang lain. Apabila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan Tindakan menyalin atau meniru tulisan / karya orang lain seolah-olah pemikiran saya sendiri, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan akademik di Fakultas Sains, Teknologi dan Kesehatan Universitas Sahid Surakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 7 Juli 2023



Alexander Aji Wijaya

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Universitas Sahid Surakarta saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama	: Alexander Aji Wijaya
NIM	: 2019053009
Program Studi	: Teknik Industri
Fakultas	: Sains, Teknologi dan Kesehatan
Jenis Ilmiah	: Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Sahid Surakarta. Hak bebas royalti (Non-Eksklusif Royalty Free Right) atau skripsi saya yang berjudul: **“PENENTUAN STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK SEPATU DENGAN METODE SWOT (Studi kasus toko Unexpected, Surakarta)”**. Beserta/ instrument, desain/ perangkat (jika ada), bahkan menyimpan, mengalihkan bentuk, mengalihkan media, mengelola dalam bentuk pangkalan data atau (database), merawat serta mempublikasikan karya ilmiah saya selama mencantumkan nama saya sebagai penulis (author) dan pembimbing sebagai (co-author) atau pencipta dan juga pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya secara sadar tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Dibuat di Surakarta



Alexander Aji Wijaya

MOTTO

“Segala yang bisa kamu bayangkan adalah nyata.”

- Pablo Picasso



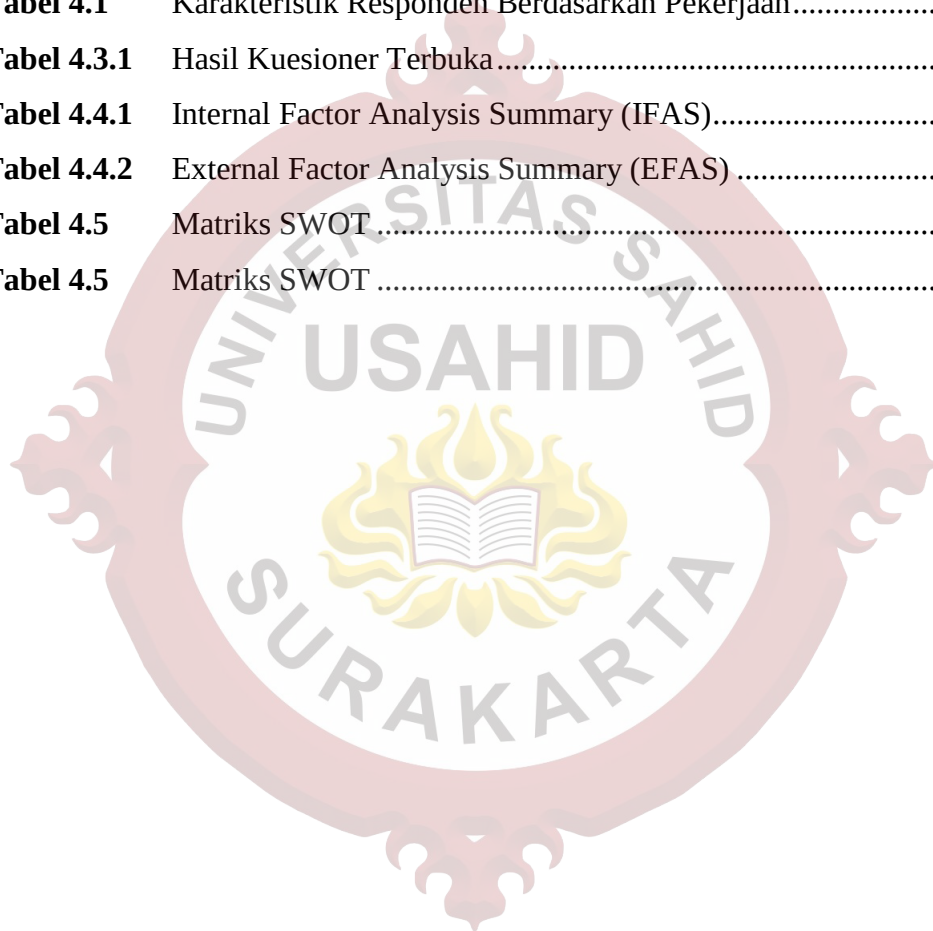
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERSYARATAN ORISINALITAS KARYA ILMIAH	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Batasan Masalah.....	3
1.5 Manfaat penelitian	3
1.6 Sistematika penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Manajemen Strategi.....	6
2.2 Manajemen Pemasaran	6
2.3 Internet.....	7
2.4 Media Sosial	8
2.5 Analisis SWOT.....	10
2.5.1 Arti SWOT	10
2.5.2 Diagram matrik SPACE	14
2.6 Langkah-Langkah Analisis SWOT	16
2.7 <i>State of The Art</i>	17

2.8	Kerangka Berpikir	19
2.8.1	Penjelasan Kerangka Berpikir.....	20
2.9	Sejarah Perusahaan	21
BAB III METODE PENELITIAN.....		23
3.1	Objek Analisis	24
3.2	Studi Lapangan Dan Studi Literatur.....	24
3.3	Pengumpulan Data	24
3.4	Pengolahan Data.....	25
3.5	Analisis Dan Interpretasi Hasil.....	26
3.6	Kesimpulan dan Saran.....	26
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA		27
4.1.	Karakteristik Responden	27
4.2	Pengumpulan Data	29
4.2.1	Kuesioner Terbuka	29
4.2.2	Pengumpulan Data Kepentingan.....	32
4.3	Pengolahan Data.....	32
4.3.1	Menentukan Bobot dan Rating	33
4.3.2	Menentukan Kekuatan (<i>Strength</i>) dan Kelemahan (<i>Weaknes</i>)	34
4.3.3	Menentukan Peluang (<i>Opportunities</i>) dan Ancaman (<i>Treath</i>)	35
4.4	Matrik SPACE.....	36
4.5	Analisis SWOT.....	37
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN		40
5.1	Analisis Responden	40
5.2	Analisis Hasil SWOT	41
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		42
6.1	Kesimpulan.....	42
6.2	Saran	42
DAFTAR PUSTAKA		43
LAMPIRAN.....		45

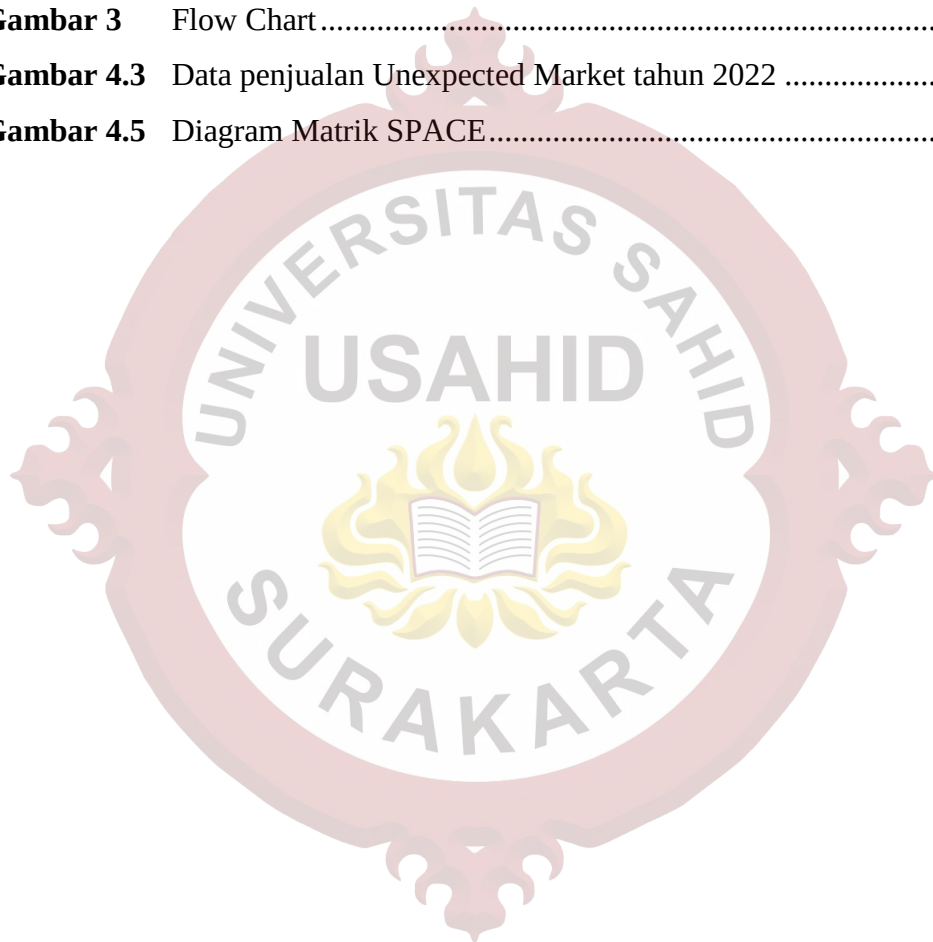
DAFTAR TABEL

Tabel 2.4.1	Matriks SWOT	12
Tabel 2.6 1	State of The Art	17
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	27
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	27
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	28
Tabel 4.3.1	Hasil Kuesioner Terbuka.....	30
Tabel 4.4.1	Internal Factor Analysis Summary (IFAS).....	34
Tabel 4.4.2	External Factor Analysis Summary (EFAS)	35
Tabel 4.5	Matriks SWOT	38
Tabel 4.5	Matriks SWOT	38



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data penjualan Unexpected Market tahun 2022	2
Gambar 2.4	Diagram Matriks SWOT	14
Gambar 2.7	Kerangka Berpikir	19
Gambar 3	Flow Chart	23
Gambar 4.3	Data penjualan Unexpected Market tahun 2022	29
Gambar 4.5	Diagram Matrik SPACE	36



ABSTRAK

Toko Unexpected merupakan sebuah toko sepatu yang menjual jenis sepatu lokal seperti Patrobas, Fuse concept, Ventela. Juga sepatu import seperti Nike, Adiddas, Reebok. Penjualan pada tahun 2022 toko unexpected penjualan nya cenderung stabil, tidak ada peningkatan volume penjualan yang signifikan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui strategi apa yang sesuai untuk meningkatkan volume penjualan sepatu pada toko unexpected, karna pada satu tahun terakhir penjualannya cenderung stabil tidak ada peningkatan yang signifikan. Metode yang digunakan adalah metode SWOT yang dimana metode ini dapat mengetahui kondisi atau posisi toko unexpected sekarang. Setelah dua faktor IFAS dan EFAS sudah diketahui maka hasil skor nya dapat digunakan untuk mengetahui, dalam kondisi apa unexpected sekarang ini. Posisi saat ini unexpected berada dalam kuadran I, yang dimana posisi nya adalah progresif. Strategi yang digunakan setelah menganalisa menggunakan metode SWOT, jika ingin mempertahankan posisi nya maka salah satu strategi yang digunakan adalah mempromosikan nya ke e-commerce seperti tokopedia, shopee, bukalapak, dll.

Kata Kunci: Metode SWOT, UMKM, Penjualan.



ABSTRACT

The Unexpected shop is a shoe shop that sells local types of shoes such as Patrobas, Fuse concept, Ventela. Also imported shoes like Nike, Adidas, Reebok. Sales in 2022 tend to be stable, there is no significant increase in sales volume. This research was conducted to determine whether the strategy is appropriate to increase the sales volume of shoes at unexpected stores. It is due to sales tending to be stable with no significant increase in the past year. The research used the SWOT method to determine the actual unexpected store conditions or positions. After the two factors of IFAS and EFAS are known, the result of the score can be used to determine the current unexpected condition. *Unexpected* is in quadrant I at the current position, where the position is progressive. Based on the SWOT analysis, one promotion strategy is using e-commerce such as *Tokopedia*, *Shopee*, *Bukalapak*, and so on if they want to maintain their position.

Keywords: SWOT Method; MSME; Sales;

