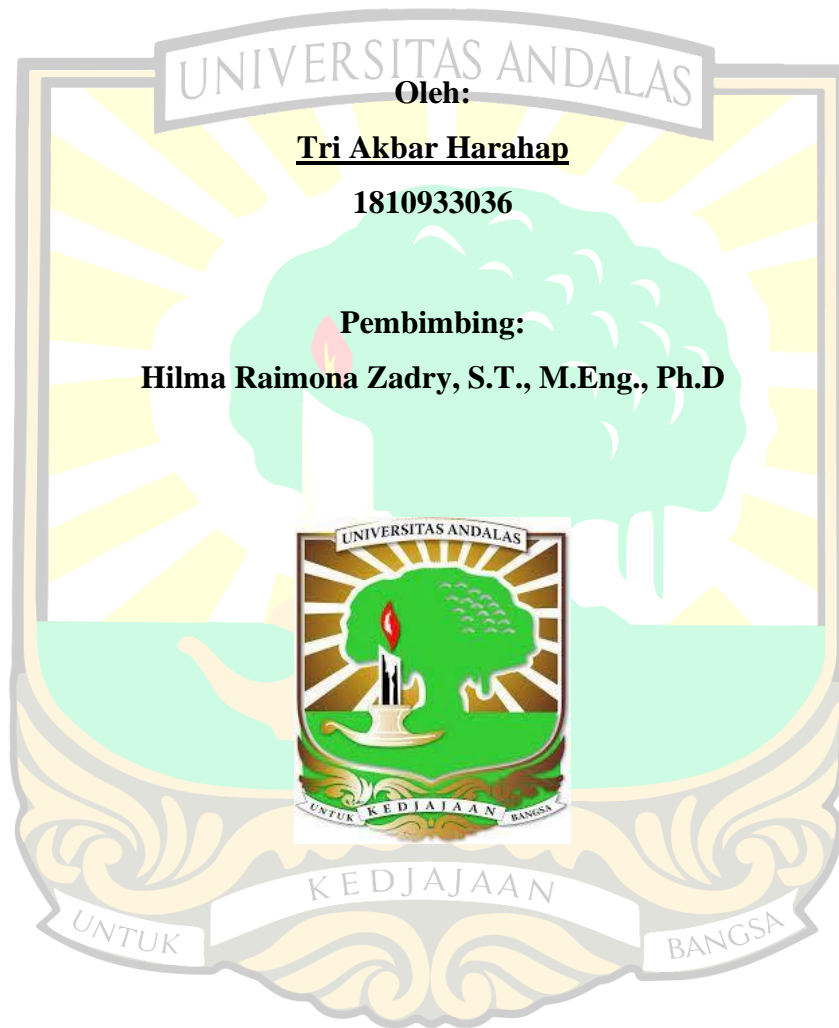


**PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK
MENINGKATKAN ANGKA PENJUALAN LA FINA BAKERY**

TUGAS AKHIR



Oleh:

Tri Akbar Harahap

1810933036

Pembimbing:

Hilma Raimona Zadry, S.T., M.Eng., Ph.D

DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2023

ABSTRAK

Kota Padang memiliki banyak IKM, salah satunya adalah IKM La Fina Bakery yang bergerak di industri makanan yaitu roti. IKM ini beralamat di Jalan Cupak Tengah, Kecamatan Pauh, Padang, Sumatera Barat. IKM La Fina Bakery mampu berkembang dan bertahan dengan kompetitor usaha sejenis dengan melakukan peningkatan daya saing usaha. Sehingga, perlu dilakukan suatu perumusan strategi yang tepat untuk meningkatkan faktor-faktor daya saing dalam lingkungan kompetitif. Perumusan strategi perlu dilakukan untuk meningkatkan angka penjualan La Fina Bakery. Metode yang digunakan dalam merumuskan strategi alternatif adalah matriks IE dan matriks SWOT berdasarkan kondisi dari faktor lingkungan internal dan eksternal La Fina Bakery dari hasil analisis SWOT. Strategi prioritas diperoleh dengan menghitung Total Attractiveness Scores (TAS) terbesar dari setiap alternatif strategi menggunakan pendekatan QSPM. Strategi prioritas yang diperoleh adalah melakukan promosi dengan mengoptimalkan pemanfaatan media sosial, mempertahankan dan meningkatkan pengawasan terhadap produk agar kualitas tetap terjaga sampai ke tangan konsumen, pengembangan desain kemasan produk dengan desain yang menarik dan sesuai dengan selera pasar.

Kata Kunci: La Fina Bakery, Matriks IE, SWOT, Quantitative Strategic Planning Matriks (QSPM)

ABSTRACT

The city of Padang has many IKMs, one of those is IKM La Fina Bakery that is engaged in the food industry, which is bread. This IKM is located at Jalan Cupak Tengah, Pauh District, Padang, West Sumatra. IKM La Fina Bakery is able to develop and survive with similar business competitors by increasing business competitiveness. Thus, it is necessary to formulate an appropriate strategy to improve competitiveness factors in a competitive environment. Strategy formulation needs to be done to increase La Fina Bakery's sales figures. The method used in formulating alternative strategies is the IE matrix and the SWOT matrix based on the conditions of La Fina Bakery's internal and external environmental factors from the results of the SWOT analysis. Priority strategies are obtained by calculating the largest Total Attractiveness Scores (TAS) of each alternative strategy using the QSPM approach. The priority strategy obtained is to do promotions by optimizing the use of social media, maintaining and increasing supervision of products so that quality is maintained until the products delivered to the consumers, developing product packaging designs with attractive designs and based on market tastes.

Keywords: La Fina Bakery, IE Matrix, SWOT, Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)