

**PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN USAHA
KECIL SEPATU KULIT DI KOTA PADANG**

TUGAS AKHIR



**DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2024**

ABSTRAK

Usaha pengrajin sepatu kulit di Kota Padang menjadi salah satu sektor industri yang memiliki komoditas unggul. Meskipun demikian, tantangan dalam pemasaran telah menyebabkan penurunan penjualan dan daya tarik konsumen bagi para pelaku usaha di bidang ini. Seiring dengan berkembangnya era digitalisasi, masyarakat kini cenderung memenuhi kebutuhan mereka melalui internet, mengingat kemudahan dan keterbatasan yang minim dari segi waktu dan tempat. Sayangnya, sebagian besar usaha pengrajin sepatu kulit di Kota Padang belum sepenuhnya memanfaatkan potensi teknologi untuk meningkatkan strategi pemasaran mereka. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal, meliputi kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses), serta faktor eksternal, terdiri dari peluang (opportunities) dan ancaman (threats), yang mempengaruhi bauran pemasaran. Bauran pemasaran ini mencakup aspek produk, harga, promosi, distribusi, orang, proses, serta bukti fisik pada usaha pengrajin sepatu kulit. Identifikasi tersebut dilakukan dengan menggunakan metode Fuzzy-SWOT untuk menentukan posisi perusahaan dalam grafik. Perumusan strategi dilakukan berdasarkan nilai Fuzzy Internal Factor (FIF) dan Fuzzy External Factor (FEF) yang terdapat pada titik pessimistic, probable, dan optimistic. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh nilai pada titik – titik tersebut sebesar 0,009; 1,581; & 2,783; dan 0,780; 2,534; & 3,787. Ketiga nilai kondisi tersebut pada grafik terletak pada kuadran I yang memiliki arti bahwa kondisi ketiga pelaku usaha terletak pada pertumbuhan. Berdasarkan posisi kuadran tersebut, maka perumusan strategi pemasaran berfokus pada Strengths-Opportunities (SO) yang menonjol terdapat pada kekuatan pelaku usaha yang mampu menghasilkan produk berkualitas dan sesuai permintaan konsumen dengan harga yang sesuai dan peluang yang dapat dimanfaatkan yaitu terbukanya pasar domestik yang luas. Tipe strategi yang bisa diterapkan oleh pelaku usaha, yaitu tipe strategi intensif yang terdiri dari memperluas area pemasaran, mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan, dan melakukan pengadaan fasilitas pada toko.

Kata Kunci : Bisnis, Digitalisasi, Fuzzy – SWOT, Pemasaran.

ABSTRACT

The leather shoe craftsman business in Padang City is one of the industrial sectors that has superior commodities. However, challenges in marketing have led to a decline in sales and consumer appeal for businesses in this field. Along with the development of the digitalization era, people now tend to fulfill their needs via the internet, considering the convenience and minimal limitations in terms of time and place. Unfortunately, most leather shoe craftsman businesses in Padang City have not fully utilized the potential of technology to improve their marketing strategies. Therefore, this research aims to identify internal factors, including strengths and weaknesses, as well as external factors, consisting of opportunities and threats, which influence the marketing mix. This marketing mix includes aspects of product, price, promotion, distribution, people, processes, and physical evidence in the leather shoe craftsman business. This identification is carried out using the Fuzzy-SWOT method to determine the company's position in the graph. Strategy formulation is carried out based on the *Fuzzy Internal Factor* (FIF) and *Fuzzy External Factor* (FEF) values which are found at the *pessimistic*, *probable* and *optimistic* points. Based on the results of data processing, the value obtained at these points is 0,009; 1,581; & 2,783; and 0,780; 2,534; & 3,787. The three condition values in the graph are located in quadrant I which means that the conditions of the three business actors lie in growth. Based on the position of this quadrant, the marketing strategy formulation focuses on *Strengths-Opportunities* (SO), which stand out in the *strengths* of business actors who are able to produce quality products and according to consumer demand at appropriate prices and *opportunities* that can be exploited, namely the opening of a wide domestic market. The type of strategy that can be implemented by business actors is the intensive strategy type which consists of expanding the marketing area, maintaining and improving service quality, and providing facilities in stores.

Keywords : Businesses, Digitalization, Fuzzy – SWOT, Marketing.

