

**PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO
CUCI SEPATU MENGGUNAKAN METODE SWOT
DAN ANP**

(Studi Kasus : UMKM Inspirasinee Shoes and Care)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Muhammadiyah Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Akademik
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Teknik



Disusun Oleh:

Eka Ridho Ainur Rahman

202010140311025

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO CUCI SEPATU
MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN ANP
(Studi Kasus : INSPIRASINEE SHOES AND CARE)



Disusun Oleh : EKA RIDHO AINUR RAHMAN
202010140311025

Menyetujui dan mengesahkan

Malang, 06 November 2025

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Ikhlasul Amallynda, ST., MT

Adhi Nugraha, S.T., M.B.A.

Mengetahui,

Ketua Jurusan Teknik Industri



Ir. Dr. Dana Marsetya Utama, S.T., M.T.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Muhammadiyah Malang maupun di Perguruan Tinggi lain.

Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain kecuali arahan Dosen Pembimbing.

Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, 10 November 2025

Yang membuat pernyataan



EKA RIDHO AINUR RAHMAN

202010140311025

Kata Pengantar

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dengan mengucapkan Alhamdulillah serta puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan berkat, rahmat dan ridha-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO CUCI SEPATU MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN ANP Studi Kasus : UMKM Inspirasinee Shoes and Care). Skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Teknik pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Malang. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari doa, bimbingan, nasihat, saran dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan banyak terimakasih kepada :

- 1) Ir. Dr. Dana Marsetiya Utama, S.T., M.T. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Malang
- 2) Owner Inspirasinee Shoes and Care Zedy Revido yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian beserta jajarannya yang telah banyak membantu dalam proses pengambilan data penelitian.
- 3) Ibu Ikhlusul Amallynda, ST., MT. sebagai Pembimbing I dan Bapak Adhi Nugraha, S.T., M.B.A. sebagai Pembimbing II yang dengan penuh kesabaran dan perhatian selalu memberikan bimbingan, arahan, serta dorongan kepada penulis di setiap tahap penyusunan skripsi ini. Kehangatan dan dukungan yang diberikan telah menjadi penyemangat terbesar dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah selalu melimpahkan kesehatan.
- 4) Bapak Dr. Thomy Eko Saputro, S.T., M.Sc. dan Ibu Amelia Khoidir, S.T., M.Sc., selaku dosen penguji yang telah memberikan

banyak sekali masukan dan saran untuk penulis dalam menyempurnakan skripsi ini. Semoga Allah selalu melimpahkan kesehatan.

- 5) Untuk seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan waktu untuk mengajarkan ilmu yang bermanfaat. Semoga Allah selalu melimpahkan kesehatan.
- 6) Kepada orang tua tercinta. Ayahanda Almarhum Dedy Kurnia Pambudi dan Ibunda Eni Indrawati, tidak ada kata yang mampu mengungkapkan betapa besar rasa syukur dan terima kasih penulis kepada kalian. Setiap doa yang dipanjatkan, setiap dukungan moral, spiritual, maupun materil yang kalian berikan selama ini, telah menjadi pijakan kokoh bagi penulis. Di saat penulis merasa lemah dan ingin menyerah, senyum dan kehangatan kalian selalu hadir untuk memberikan semangat baru. Penulis tahu, setiap langkah yang diambil dalam perjalanan pendidikan ini adalah hasil dari cinta dan pengorbanan kalian. Tanpa keikhlasan, kerja keras, serta cinta tulus kalian, penulis tidak akan pernah sampai pada tahap ini. Terima kasih untuk semua pengorbanan dan perjuangan yang sering kali tak terlihat, untuk doa-doa yang tak terhitung jumlahnya, dan untuk segala kepercayaan yang selalu kalian berikan. Skripsi ini adalah bukti kecil dari usaha yang penulis lakukan untuk membalas semua yang telah kalian berikan, meskipun penulis sadar itu tidak akan pernah cukup untuk membalas semua cinta dan pengorbanan kalian.
- 7) Teruntuk Himpunan Mahasiswa Teknik Industri periode 2022 dan periode 2022-2023 yang telah memberikan kesan yang sangat mendalam banyak sekali kepada penulis. Terimakasih dan hormat setinggi-tingginya ditujukan juga kepada seluruh demisioner yang telah memberikan pengalaman yang tidak akan terlupakan kepada penulis.

- 8) Tentu diri saya sendiri Eka Ridho Ainur Rahman. Terimakasih banyak karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan skripsi ini hingga selesai. Terimakasih karena sudah terus berusaha dan tidak pantang menyerah serta menikmati seluruh proses yang bisa dibilang tidak mudah, terimakasih sudah menyelesaikan apa yang sudah di mulai dan tetap bertahan sampai akhir.
- 9) Serta terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, terimakasih atas bantuan, dukungan, semangat, dan doa yang telah diberikan dalam penyelesaian skripsi ini.

Jasa dari semua pihak yang telah membantu dalam penelitian ini, penulis tidak dapat membalas dengan apapun. Semoga amal baik semua pihak mendapat imbalan dari Allah SWT. Penulis menyadari bawa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca demi kebaikan skripsi ini. Semoga penulisan ini dapat berguna bagi penelitian berikutnya, aamiin.

Wassalamu'alaikum warohmatullohi wabarokatuh

Malang, 10 November 2025

Penulis,

Eka Ridho Ainur Rahman

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat bagi UMKM Inspirasinee Shoes and Care di Kota Malang dengan menggunakan metode SWOT dan ANP. Metode SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang memengaruhi strategi pemasaran. Selanjutnya, metode Analytic Network Process (ANP) digunakan untuk menentukan prioritas strategi berdasarkan hubungan timbal balik antar faktor yang telah diidentifikasi. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 55 responden yang terdiri dari pelanggan dan pihak internal perusahaan, serta wawancara mendalam dengan pihak manajemen. Hasil analisis menunjukkan bahwa posisi UMKM berada pada Kuadran II (Grow and Build) dalam matriks IFE dan EFE, yang menandakan perlunya strategi pertumbuhan seperti pengembangan produk dan penetrasi pasar. Berdasarkan pembobotan ANP, strategi dengan prioritas tertinggi adalah strategi WT (Weakness–Threat) dengan bobot 0,30560, yaitu meningkatkan efisiensi operasional dengan menambah alat cuci otomatis serta melakukan inovasi produk untuk menekan biaya dan meningkatkan daya saing. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi UMKM dalam merancang strategi pemasaran yang efektif, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam pengembangan integrasi metode SWOT–ANP pada sektor jasa.

Kata Kunci: SWOT, ANP, Strategi Pemasaran, UMKM, Inspirasinee Shoes and Care

ABSTRACT

This study aims to determine the appropriate marketing strategy for SME Inspirasinee Shoes and Care in Malang City using the SWOT and ANP methods. The SWOT method was applied to identify internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats) influencing the company's marketing strategy. Subsequently, the Analytic Network Process (ANP) method was used to prioritize strategic alternatives based on the interdependence among the identified factors. Data were collected through questionnaires distributed to 55 respondents consisting of customers and internal staff, as well as in-depth interviews with the management. The analysis results indicate that the SME is positioned in Quadrant II (Grow and Build) of the IFE and EFE matrix, suggesting the implementation of growth strategies such as product development and market penetration. Based on ANP weighting, the highest-priority strategy is the WT (Weakness–Threat) strategy with a weight value of 0.30560, which focuses on improving operational efficiency by adding automatic cleaning machines and developing innovative products to reduce costs and increase competitiveness. The results of this research are expected to serve as a guideline for SMEs in formulating effective marketing strategies and as a reference for future studies on the integration of the SWOT–ANP methods in the service sector.

Keywords: SWOT, ANP, Marketing Strategy, SME, Inspirasinee Shoes and Care

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	ii
Surat Keterangan Penelitian	iv
Lembar Bimbingan Skripsi	v
Berita Acara Ujian Skripsi	vi
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	vii
Kata Pengantar.....	i
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Masalah.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Pemasaran.....	5
2.2 Strategi Pemasaran	6
2.2.1 Pengertian Strategi Pemasaran.....	6
2.2.2 Indikator Strategi Pemasaran	6
2.3 Metode SWOT	10
2.3.1 Matriks SWOT.....	12
2.4 Metode ANP.....	15
2.4.1 Langkah- Pemodelan ANP (<i>Analytic Network Process</i>)	17
2.5 Integrasi SWOT dan ANP	18
2.6 Penelitian Terdahulu.....	21

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Objek Penelitian	23
3.2 Tahap-tahap Penelitian	23
3.2.1 Tahap Identifikasi dan Perumusan Masalah	24
3.2.2 Tahap Studi pustaka	25
3.2.3 Perumusan Masalah	25
3.2.4 Tahap Pengumpulan Data dan Pengolahan Data	25
3.2.5 Membuat Jaringan ANP	30
3.2.6 Melakukan Pembobotan ANP	30
3.2.7 Melakukan Prioritas Rumusan Strategi Pemasaran	31
3.2.8 Tahap Analisa Data	31
3.2.9 Tahap Kesimpulan dan Saran	31
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	32
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	32
4.2 Hasil Identifikasi Masalah	32
4.3 Pengumpulan Data	33
4.4 Penyusunan Strategi SWOT	34
4.4.1 Faktor Internal	34
4.4.2 Faktor Eksternal	38
4.4.3 Penentuan Matrik IFE & EFE	43
4.5 Strategi SWOT	45
4.6 Penentuan Strategi Pemasaran dengan ANP	46
4.6.1 Model Jaringan ANP	46
4.6.2 Hasil Pembobotan Alternatif terhadap Kriteria Tujuan Menggunakan ANP	48
4.6.3 Hasil Prioritas Strategi Berdasarkan ANP	48
4.6.4 Interpretasi	49
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN	50
5.1 Analisis dan Pembahasan IFE & EFE Matriks	50
5.1.1 Analisa IFE Matriks	50
5.1.2 Analisa EFE Matriks	50

5.1.3 Analisa Matriks IFE & EFE.....	50
5.2 Analisis Strategi SWOT	51
5.3 Model Jaringan Keterikatan ANP	51
BAB VI PENUTUP.....	53
6.1 Kesimpulan.....	53
6.2 Saran 54	
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN	57



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Internal Faktor Evaluasi (IFE).....	26
Tabel 3.2 Eksternal Faktor Evaluasi (EFE).....	27
Tabel 3.3 Skala Numerik ANP.....	30
Tabel 4.1 Faktor Kekuatan (<i>Strength</i>) UMKM <i>Inspirasinee Shoes and Care</i>	35
Tabel 4.2 Faktor Kelemahan (<i>Weaknesses</i>) UMKM <i>Inspirasinee Shoes and Care</i>	36
Tabel 4.3 Rekapitulasi Data bobot IFE	37
Tabel 4.4 IFE Matriks <i>Inspirasinee Shoes and Care</i>	37
Tabel 4.5 Faktor Peluang (<i>Opportunities</i>) UMKM <i>Inspirasinee Shoes and Care</i>	39
Tabel 4.6 Faktor Ancaman (<i>Threats</i>) UMKM <i>Inspirasinee Shoes and Care</i>	40
Tabel 4.7 Rekapitulasi Data bobot EFE	41
Tabel 4.8 EFE Matriks <i>Inspirasinee Shoes and Care</i>	42
Tabel 4.9 Matriks SWOT UMKM <i>Inspirasinee Shoes and Care</i>	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Matriks I-E.....	12
Gambar 2.2 Diagram Analisis SWOT.....	14
Gambar 3.1 Metodologi Penelitian.....	24
Gambar 4.1 Matriks IFE & EFE UMKM Inspirasinee Shoes and Care.....	44
Gambar 4.2 Model Jaringan ANP.....	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Priorities ANP.....	57
--------------------------------	----



DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, F., Tasa, N. N., Nurhasanah, S., Oktaviani, S., & Putri, A. M. (2021). Penerapan Analisis Swot Terhadap Penentuan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Seblak dan Baso Aci Wak Acan Pekanbaru). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2904–2910.
- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70.
- Aulawi, H., & Nurjanah, N. R. (2023). Usulan Strategi Perusahaan Menggunakan Metode ANP dan TOPSIS di UMKM PD Restu Ibu. *Jurnal Kalibrasi*, 21(1), 17–28. <https://doi.org/10.33364/kalibrasi/v.21-1.1166>
- Awal, M., Arifudin, A., & Herdjiono, I. (2022). Study of Marketing Strategy Formulation at Ok Clean Laundry using SWOT Analysis. *SHS Web of Conferences*, 149, 03027. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202214903027>
- Brilliantina, A., & Istiqomah, N. (2021). Strategi Pengembangan Industri berbasis Ubi Jalar Ungu dengan Metode SWOT dan ANP di Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Ilmiah Inovasi*, 21(1), 13–17. <https://doi.org/10.25047/jii.v21i1.2628>
- Dewi, A. A. K., Samsudin, A., Hidayat, R., Sari, D., Destrina, I., Cornelia, M., Netanya, S. A., & Abir S, S. (2023). Pengaruh Analisis SWOT terhadap Pengambilan Keputusan pada Usaha Laundry di Kalijudan Surabaya. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(5), 1263–1274. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i5.2754>
- Fadli, M., & Yusnita, E. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Tahu Menggunakan Metode Analisa SWOT Dan ANP Di UD. Tahu DK 16. *JIME (Journal of Industrial and Manufacture Engineering)*, 6(1), 2022.
- Fred R. David. (2011). STRATEGIC MANAGEMENT CONCEPTS AND CASES THIRTEENTH EDITION. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Lubis, Z., Mauladi, K. F., & Irawan, M. R. N. (2020). PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DAN MENGADAPI PERSAINGAN (Studi Kasus Pada Gemilang Art Glass Di Modo). *Media Mahardhika*, 19(1), 59–70. <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v19i1.197>
- Lukman, M., Kutty, R. M., Dahar, A., & Minghat, B. (2023). Barriers of Exporting Food Products for Micro, Small and Medium Enterprises in the Malang Greater Region of Indonesia: A Literature Study. *Journal of Namibian Studies*, 2, 656–674.

- Marlena, N., Dwijayanti, R., & Prakoso, A. F. (2018). *SWOT Analysis to Develop Market Share in SMEs of Hand-Made Fashion*. *Iceee*, 274–278. <https://doi.org/10.5220/0006884602740278>
- Nugraha, J., & Wibasuri, A. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis Jasa Cuci Perbaikan Sepatu Soc.Clean Lampung. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat 2023*, 12–19.
- Nurendah, Y., & Rainanto, B. H. (2019). *The Analysis of Shoes Marketing Mix in Style Successful Benefits SMEs of Shoes Product in Bogor*. 65(Icebef 2018), 518–521. <https://doi.org/10.2991/icebef-18.2019.111>
- Philip Kotler, G. A. (2018). Principles of Marketing. In *Early Greek Mythography, Vol. 1: Texts*. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Titisari, M. A., Karya, D. F., & Hadi, S. (2021). SWOT Analysis and ANP for Organic Tempeh SME Business Development Strategy. *IJEBD (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)*, 4(6), 913–923. <https://doi.org/10.29138/ijebd.v4i6.1540>
- Tumbuan, W. (2022). Analisis Tows Terhadap Penentuan Strategi Pemasaran Di Cafe Time420S Kecamatan Langowan Utara Tows Analysis of Marketing Strategy Determination At Cafe Time420S, Langowan Utara District. *Mandagie 101 Jurnal EMBA*, 10(1), 101–112.
- Utsalina, D. S., & Primandari, L. A. (2020). Analisis Swot Dalam Penentuan Bobot Kriteria Pada Pemilihan Strategi Pemasaran Menggunakan Analytic Network Process. *Antivirus : Jurnal Ilmiah Teknik Informatika*, 14(1), 51–60. <https://doi.org/10.35457/antivirus.v14i1.889>
- WIJAYATI, D., & SUPRIYADI, E. (2021). Aplikasi Teori Permainan Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Program Studi Teknik Informatika Dan Teknik Industri. *E-Jurnal Matematika*, 10(2), 131. <https://doi.org/10.24843/mtk.2021.v10.i02.p332>



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



FAKULTAS TEKNIK

PRODI TEKNIK INDUSTRI
industri.umm.ac.id | industri@umm.ac.id

FORM CEK PLAGIARISME LAPORAN TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : Eka Ridho Ainur Rahman
NIM : 202010140311025
Judul TA : PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO CUCI SEPATU MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN ANP (STUDI KASUS INPIRASHINEE SHOES AND CARE)

Hasil Cek Plagiarisme dengan Turnitin

No.	Komponen Pengecekan	Nilai Maksimal Plagiarisme (%)	Hasil Cek Plagiarisme (%)
1.	Bab 1 – Pendahuluan	10 %	7 %
2.	Bab 2 – Landasan Teori	25 %	14 %
3.	Bab 3 – Metodologi Penelitian	30 %	22%
4.	Bab 4 – Pengumpulan Pengolahan Data	30 %	20%
5.	Bab 5 – Analisa dan Pembahasan	15 %	10%
6.	Bab 6 – Kesimpulan dan Saran	5%	4%
7.	Jurnal	20%	12%

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I

Ikhlasul Amallynda, S.T., MT

Dosen Pembimbing II

Adhi Nugraha, S.T., M.B.A.

Mengesahkan hasil Cek Plagiasi,

Koordinator TA

Amelia Khoidir, S.T., M.Sc



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P +62 341 551 253 (Hunting)
F +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Beandungan Sutarni No 158 Malang, Jawa Timur
P +62 341 551 149 (Hunting)
F +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Triyogono No 248 Malang, Jawa Timur
P +62 341 464 318 (Hunting)
F +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id