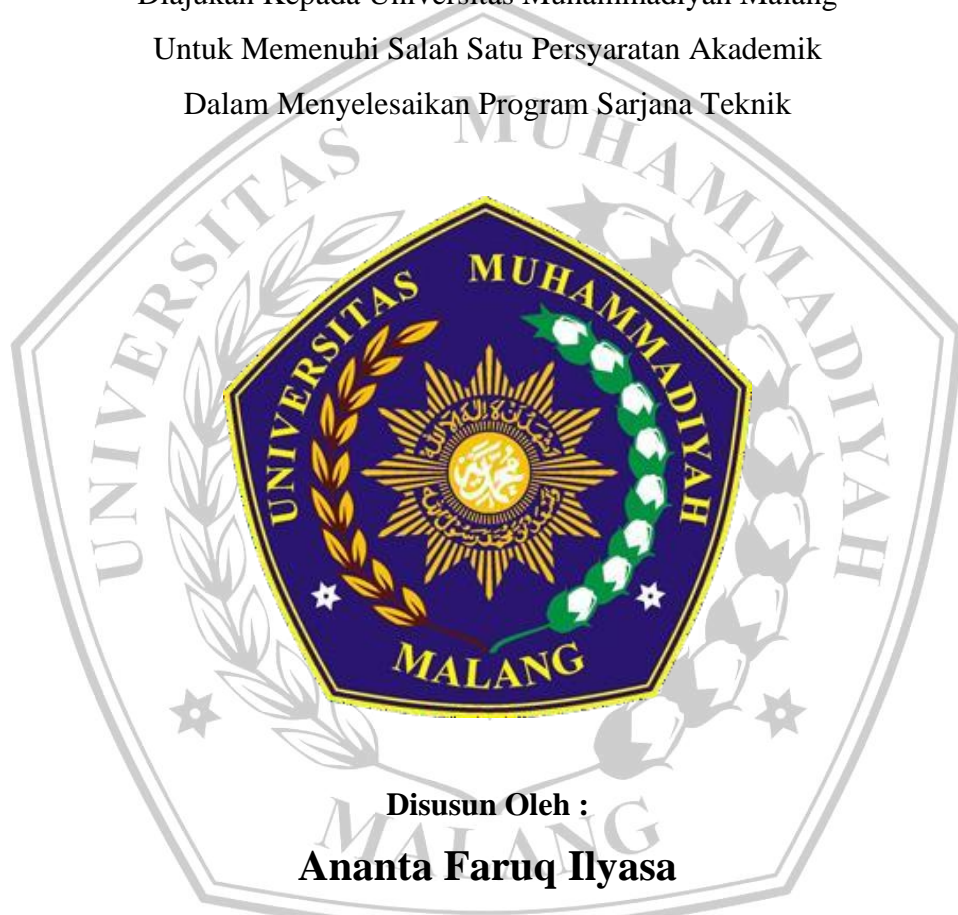


**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA LOUISON
BAKERY MENGGUNAKAN METODE BOSTON
CONSULTING GROUP (BCG) DAN SWOT**

(Studi Kasus : UMKM Louison Bakery)

Skripsi

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



Disusun Oleh :

Ananta Faruq Ilyasa

202010140311057

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

2025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA LOUISON BAKERY
MENGGUNAKAN *METODE BOSTON CONSULTING GROUP (BCG)* DAN
SWOT



Disusun Oleh :

Ananta Faruq Ilyasa

202010140311057

Menyetujui dan Mengesahkan :

Malang, 6 November 2025

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2

Teguh Baroto S.T., M.T

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

Mengetahui,

Ketua Jurusan Teknik Industri



Dr. H. Damar Marsetiya Utama, S.T., M.T.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
FAKULTAS TEKNIK
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI

Jl. Raya Tlogomas No.246 Malang Telp. (0341) 464318, 464319, 460948, 460948
Fax (0341) 460782 Malang 65144

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI DOSEN PEMBIMBING I

Nama : Ananta Faruq Iyasa NIM: 202010190311057

Dosen Pembimbing I: Teguh Baroto S.T., M.T.

No	Tanggal	Catatan Bimbingan	Paraf Dosen
1	8/3/25	Judul bisa emaksa, tujuan sd usut sesuatu	
2	10/3/25	Judul Acc lanjut Bab I	
3	28/4/25	latar Belakang tidak mencantumkan menurut para ahli	
4	1/5/25	Bab I Acc lanjut Bab II	
5	6/5/25	Bandwagon beberapa metode untuk dipilih yang sesuai dengan masalah	
6	8/5/25	Bab II Acc lanjut Bab III	
7	19/5/25	Pilih metode sesuai metode Terpilih	
8	20/5/25	Bab III Acc lanjut Sempro	
9	27/5/25	Acc Revisi Sempro	
10	31/5/25	Bab IV sistematisa sinkronkan dengan tujuan	
11	27/8/25	Bab IV Acc lanjut Bab V	



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
FAKULTAS TEKNIK
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI

Jl. Raya Tlogomas No.246 Malang Telp. (0341) 464318, 464319, 460948, 460948
Fax (0341) 460782 Malang 65144

No	Tanggal	Catatan Bimbingan	Paraf Dosen
12	1/9/25	Bab V belum ada pembatasan	
13	4/9/25	Ukuran kurang subjektif & tata penulisan kurang benar	
14	9/9/25	Bab VACC lanjut Bab VI	
15	15/9/25	Bab VI Fokuskan keterkaitan objek	
16	17/9/25	Bab VI Acc sidang	

Malang.....

Dosen Pembimbing I,



LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI DOSEN PEMBIMBING II

Nama : Ananta Faruq Uyasa NIM : 202010190311057

Dosen Pembimbing II : Adhi Nugroha S.T., MBA

No	Tanggal	Catatan Bimbingan	Paraf Dosen
1.	31/1/25	Bimbingan awal Topik permasalahan di partikel Lajit pendirian bab I.	f.
2.	6/3/25	Perbaikan pada mendasar Lajit revisi bab II.	f.
3.	13/3/25	- flowchart diperbaiki. - redaksi/revisi di bab III mengenai flowchart - bawa dokumen bab I - III.	f.
4.	17/3/25	Seminar proposal	ue
5.	23/3/25	- Perbaikan tata letak (font tabel) - Definisi dan cara referensi telat revisi. Apa bisa terk? Atau lebih penastri & para qian? Bab V-III diteliti.	f.
6.	13/3/25	- Perbaikan tata letak. (Yang sebelumnya belum diperbaiki) - Revisi major slip. - Lajit daftar side slip.	f.

29/10/25. Revisi dan? Adeg.



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



FAKULTAS TEKNIK

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

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : ANANTA FARUQ ILYASA
Nim : 202010140311057
Jurusan : Teknik Industri
Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA LOUISON BAKERY MENGGUNAKAN METODE BOSTON CONSULTING GROUP (BCG) DAN SWOT
Tanggal Pelaksanaan Sidang Skripsi: 15 Oktober 2025
Dinyatakan : LULUS
Dengan Nilai : B+

Pembimbing I	: Teguh Baroto ST., MT.	
Pembimbing II	: Ir. Adhi Nugraha, ST., M.BA.	
Penguji I	: Ir. Shanty Kusuma Dewi, ST., MT.	
Penguji II	: Baiq Firyal Salsabila Safitri, ST., M.Sc.	

Ditetapkan di : Malang
Tanggal : 22 Oktober 2025

Ketua Program Studi,

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



Kampus I
Jl. Baweano 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 203 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bunderan Sutomo No. 108 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 542 005

Kampus III
Jl. Raya Tegayutan No. 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 330 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

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 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 dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, 18 November 2025
Yang membuat pernyataan



Ananta Faruq Ilyasa
202010140311057

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA LOUISON BAKERY MENGUNAKAN METODE BOSTON CONSULTING GROUP (BCG) DAN SWOT (Studi Kasus : UMKM Louison Bakery)

Ananta Faruq Ilyasa¹, Teguh Baroto², Adhi Nugraha³

Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Malang, Jalan Raya Tlogomas no
246 Malang, 0341-464318 ^{1,2,3}

anantafaruqil@gmail.com¹, teguhbaroto@gmail.com², adhinugraha@umm.ac.id³

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran pada *Louison Bakery* sebagai salah satu UMKM yang bergerak di bidang kuliner dengan menggunakan metode *Boston Consulting Group* (BCG) dan SWOT. Permasalahan utama yang dihadapi adalah stagnasi penjualan selama tahun 2024 akibat strategi pemasaran yang belum optimal. Metode SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan, sedangkan analisis BCG diterapkan untuk menentukan posisi produk berdasarkan pangsa pasar relatif dan tingkat pertumbuhan pasar. Data penelitian diperoleh melalui wawancara, observasi lapangan, dan dokumentasi penjualan. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor kekuatan utama Louison Bakery terletak pada harga terjangkau, lokasi strategis, dan kualitas produk yang baik, sedangkan kelemahannya meliputi promosi yang terbatas dan belum terintegrasinya layanan *online delivery*. Berdasarkan analisis BCG, posisi Louison Bakery berada pada kuadran *Question Mark*, yang berarti membutuhkan strategi pengembangan agar mampu meningkatkan pangsa pasar. Strategi yang direkomendasikan adalah strategi *W-O* dengan fokus pada peningkatan promosi digital, perluasan jaringan distribusi, dan inovasi produk untuk memperluas pasar. Kesimpulan penelitian ini menegaskan pentingnya integrasi strategi SWOT dan BCG dalam menentukan arah pengembangan bisnis UMKM secara efektif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, SWOT, *Boston Consulting Group* (BCG), Louison Bakery.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, hidayah, serta inayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA LOUISON BAKERY MENGGUNAKAN METODE BOSTON CONSULTING GROUP (BCG) DAN SWOT ”. Sholawat dan salam semoga tetap tercerahkan kepada teladan kita nabi Muhammad SAW, sang pelopor ilmu pengetahuan untuk membaca tanda-tanda kekuasaan-Nya.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian sampai penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis tak lupa mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah sehingga atas kuasanya penulisan skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Teristimewa saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya untuk kedua orang tua penulis, Ayahanda Nur Ahmad dan Ibunda Umi Salamah tersayang. Terima kasih telah memberikan cinta dan kasih sayang, doa dan dukungan serta mendidik, membimbing dan membesarkan selama ini. Terima kasih karena telah memberi dukungan baik secara moral maupun materil. Terima kasih untuk semuanya.
3. Bapak Teguh Baroto S.T., M.T . selaku dosen pembimbing 1 saya yang telah memberikan wawasan dan motivasi serta membimbing dan memberikan banyak ilmu dalam pengerjaan skripsi. Sehingga ilmu yang telah ibu berikan akan bermanfaat dikemudian hari.
4. Adhi Nugraha S.T., M.B.A selaku dosen pembimbing II saya yang membimbing dan memberikan banyak ilmu dalam pengerjaan skripsi. Semoga ilmu yang telah bapak berikan akan bermanfaat dikemudian hari.
5. Ibu Ir. Shanty Kusuma Dewi, S.T., M.T. selaku dosen penguji I dan Ibu Baiq Firyal Salsabila Safitri, ST., M.Sc. selaku penguji II. Terimakasih telah memberikan ilmu dan arahnya dalam pengerjaann skripsi ini.

6. Kepada pihak perusahaan, yang menuntun saya dalam pencarian data penelitian. Terimakasih telah meluangkan waktunya ditengah kesibukan bapak, semoga bapak selalu diberikan kesehatan dan kemurahan rezeki.
7. Kepada Reza Marinda Wulandari yang selalu memberikan semangat agar tidak pernah menyerah dan menemani penulis saat senang, sedih, galau dan saat-saat lainnya.
8. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for all doing this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for just being me at all times.*

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, penulis berharap adanya kritikan dan masukan dari pembaca untuk kesempurnaannya. Semoga laporan ini bermanfaat bagi semua yang membaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb
Malang, 18 November 2025

Ananta Faruq Ilyasa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR BIMBINGAN DOSEN.....	ii
BERITA ACARA.....	v
SURAT BALASAN.....	vi
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR PUSTAKA.....	xvi
SERTIFIKAT PLAGIASI.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Batasan Masalah dan Asumsi.....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Pemasaran.....	5
2.2 Strategi Pemasaran.....	7
2.3 Metode SWOT.....	9
2.3.1 Matriks IFE.....	11
2.3.2 Matriks EFE.....	11
2.3.3 Matrik IFAS dan EFAS.....	11
2.3.4 Matrik IE (Internal - eksternal).....	13
2.4 Metode BCG (Boston Consulting Group).....	15
2.5 Literaturreview.....	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	23
3.1 Metode Penelitian.....	23

3.2	Lokasi Serta Waktu Penelitian	23
3.3	Tahapan penelitian.....	23
3.3.1	Studi Lapangan.....	25
3.3.2	Studi literatur.....	25
3.3.3	Identifikasi Masalah	25
3.3.4	Rumusan Masalah	25
3.3.5	Data Primer	26
3.3.6	Data Sekunder	26
3.4	Pengolahan data.....	27
3.4.1	identifikasi strategi menggunakan metode SWOT.....	27
3.4.2	Identifikasi masalah menggunakan metode BCG	29
3.5	Analisis dan Pembahasan	30
3.6	Kesimpulan dan Saran.....	30
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA		31
4.1	Tinjauan perusahaan.....	31
4.1.1	Profil Louison Bakery	31
4.1.2	Lokasi Perusahaan.....	32
4.1.3	Struktur Organisasi Louison Bakery	32
4.1.4	Produk – Produk Louison Bakery	33
4.2	Pengumpulan data	35
4.2.1	Faktor Internal dan Eksternal Metode SWOT pada Louison Bakery.....	35
4.2.1.1	Faktor Internal	35
4.2.1.2	Faktor Eksternal.....	42
4.2.2	Boston consulting group (BCG).....	47
4.3	Pengolahan data.....	48
4.3.1	Menentukan rating IFAS dan EFAS	48
4.3.2	<i>Internal factor analysis summary</i> (IFAS)	50
4.3.3	<i>Eksternal factor analysis summary</i> (EFAS).....	51
4.3.4	Boston Consulting Group (BCG).....	53
BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN.....		56
5.1	Analisa Matrix IE (internal eksternal)	56
5.2	Analisa Matrix SWOT.....	58

5.3	Analisis matrix Boston Consulting Group (BCG).....	66
5.4	Rekomendasi strategi berdasarkan hasil analisis metode SWOT dan BCG.....	67
BAB VI PENUTUP		70
6.1	Kesimpulan.....	70
6.2	Saran.....	71



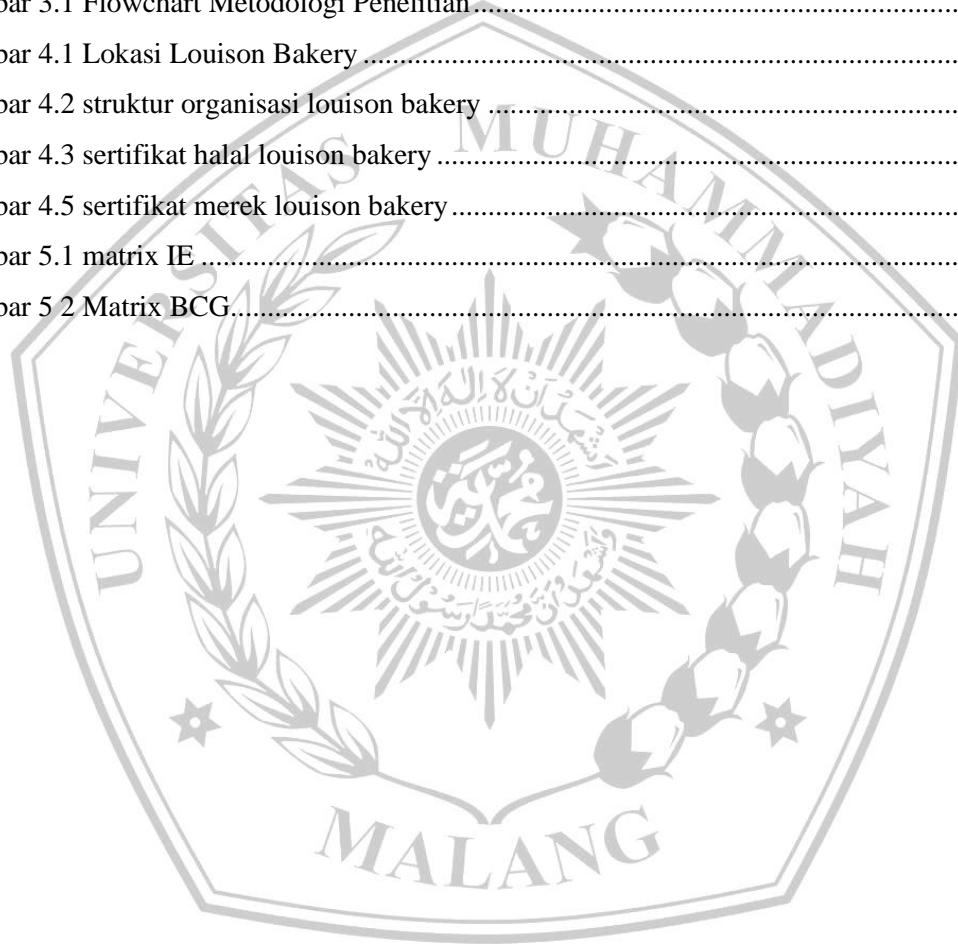
DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Daftar Menu dan Harga pada Louison Bakery	34
Tabel 4.2 data penjualan Louison Bakery.....	47
Tabel 4.3 data penjualan pesaing	48
Tabel 4.4 Hasil penentuan rating IFAS.....	49
Tabel 4.5 Hasil penentuan rating EFAS.....	49
Tabel 4.6 Matrix IFAS.....	50
Tabel 4.7 Matrix EFAS.....	51
<i>Tabel 5.1 Matrix SWOT</i>	58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Matrix SWOT	12
Gambar 2.2 Diagram Analisis matrik IE	14
Gambar 2.3 Matriks BCG	20
Gambar 3.1 Flowchart Metodologi Penelitian.....	24
Gambar 4.1 Lokasi Louison Bakery	32
Gambar 4.2 struktur organisasi louison bakery	33
Gambar 4.3 sertifikat halal louison bakery	37
Gambar 4.5 sertifikat merek louison bakery.....	39
Gambar 5.1 matrix IE	56
Gambar 5.2 Matrix BCG.....	66



DAFTAR PUSTAKA

- Abiddin, M. Z., Mas'udin, I., & Utama, D. M. (2017). Pemilihan strategi pemasaran dengan metode SWOT dan TOPSIS. *Jurnal Teknik Industri*, 18(1), 55-67.
- Agushinta, D. (2020). Analisis Strategi Bisnis PT. Tolu dengan Pendekatan BMC Menggunakan Metode EFAS, IFAS dan SWOT. *Sistemasi: Jurnal Sistem Informasi*, 9(3), 435-443.
- Agustin, E., Nawawi, Z. M., & Inayah, N. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Asuransi Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Tengah Pandemi Covid-19. *Mandiri: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 1-16.
- Akbar, M. S. (2018). Analisa Strategi Pemasaran terhadap Performance Kerja dengan Menggunakan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus: Pt. Dk). *Ratih: Jurnal Rekayasa Teknologi Industri Hijau*, 1(1), 14.
- Ali, A., Syukriah, S., & Kartina, K. (2017). Strategi Pemasaran PT Honda Arista Kota Lhoksemawe Dalam Meningkatkan Penjualan. *Industrial Engineering Journal*, 6(2).
- Bobi, Y., Sore, A. D., & Tiara, T. (2025). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT BELI. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 10(1).
- Devi, F. S., & Samanhudi, D. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Produk Detergen dengan Metode SWOT dan Boston Consulting Group (BCG) di PT. XYZ. *JUMINTEN*, 2(3), 131-142.
- Elina, M., & Tullah, R. (2021). Analisis Strategi Bisnis Pada Pt. Era Global Prioritas Di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 7(1), 77-92.
- Farida, Y., & Lamsah, P. (2019). Manajemen Pemasaran. *Yogyakarta: Groub Penerbitan CV. Budi Utama*.
- Hardiyansyah, A., Ikhwana, A., & Kurniawati, R. (2015). Analisis strategi pemasaran usaha mie basah (studi kasus di PD. Lugin-Garut). *Jurnal Kalibrasi*, 13(1).
- Jannah, R., Putri, B. G. Y., Samsudin, S., Rahman, Y. A., & Nuriadi, N. (2021). Promosi dan pemasaran dalam pengembangan taman wisata edukasi jabal rahmah desa jango kecamatan janapria. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4(1).
- Julianda, A., & Jamiat, N. (2021). Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (umkm) Dengan Analisis Swot (studi Kasus Pada Sukahati Cafe Di Cibinong, Kabupaten Bogor). *eProceedings of Management*, 8(6).
- Pamungkas, A. R. (2015). Analisis Matriks Boston Consulting Grup (BCG) Sepeda Motor Merek Honda. *Jurnal Aplikasi Pelayaran dan Kepelabuhan*, 5(2), 140.
- Pramesta, M. B., Rahayu, A., & Dirgantari, P. D. (2023). Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Fashion Brand. *Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 19, 139-138.
- Prayudi, D., & Oktapiani, R. (2022). Analisis Matrik BCG Terhadap Portofolio Produk

- Untuk Mengembangkan Strategi Pasar pada Penjualan Dried Flower Teman Bunga Sukabumi. *Jurnal Swabumi*, 10(1), 1-5.
- Putri, T. Y., Anggraini, T., & Harahap, R. D. (2023). Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 11P Pada UMKM Tenis (Teh Nikmat Sidamanik). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 37-48.
- Rangkuti, F. (2013). *SWOT–Balanced Scorecard*. Gramedia Pustaka Utama.
- Respati, A. (2018). ANALISIS MATRIKS BOSTON CONSULTING GRUP (BCG) SEPEDA MOTOR MEREK HONDA. *Jurnal Aplikasi Pelayaran dan Kepelabuhanan*, 5(2), 139-152.
- Retnawati, L. (2018). Perencanaan Strategis SI/TI Dengan Metode Analisa SWOT dan BSC Untuk Meningkatkan Daya Saing Di Universitas XYZ. *JISKA (Jurnal Informatika Sunan Kalijaga)*, 2(3), 135-142.
- Riyanto, S. (2022). *Analisis Pemecahan Masalah dan Pengambilan Keputusan Strategis*. Gramedia Pustaka utama.
- Rumambi, A. C., Soepeno, D., & Tampenawas, J. L. (2022). Penentuan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Dengan Menggunakan Analisis SWOT Di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 615-623.
- Saad, M., Muntalim, M., Anam, M. K., & Sativa, D. O. (2020). Strategi pemasaran usaha pembekuan ikan laut dengan metode matriks BCG dan SWOT di CV. Jioen fishery di Desa Wedung Kecamatan Brondong Kabupaten Lamongan. *Jurnal Grouper*, 11(2), 18.
- Sahdina, S., Afriany, A., & Pitoyo, R. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Pada Rafan Bakery Dengan Metode Analisis Swot Dan Matriks BCG. *Journal of Science Education and Management Business*, 2(1), 17-28.
- Samsudin, M., & Waluyo, M. (2021). Analisis strategi promosi produk kopi tarik untuk meningkatkan volume penjualan pada divisi promosi dengan metode Swot dan Bcg di PT. XYZ. *Juminten*, 2(2), 144-155.
- Saputra, A. D. W., Danial, R. D. M., & Samsudin, A. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Industri Makanan Ringan Menggunakan Boston Consulting Group Matrix. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 3(1), 1-11.
- Septiani, M. A. D., & Sulistyawati, L. (2022). Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Metode Product Life Cycle (PLC) dan Boston Consulting Group (BCG) Matriks. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(6), 1532-1550.
- Subhan, A., & Peratiwi, M. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Produk Dengan Metode Analisis Matrik Bcg, Swot Dan Benchmarking Pada Perusahaan Rubby Hijab. *Journal Industrial Servicess*, 3(1c).
- Sudaryono, S. P. (2022). *Komunikasi bisnis*. Prenada Media.
- Sudirjo, F., Purwati, T., Widyastuti, W., Budiman, Y. U., & Manuhutu, M. (2023). Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-commerce. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 7524-7532.
- Sulasih, S. (2020). Metode Boston Consulting Group (BCG) Sebagai Dasar Menentukan Strategi Pemasaran pada UD. Putra Bangun Furniture

- Production. *Muslim Heritage*, 5(1), 133-154.
- Tambunan, W., Sukmono, Y., & Anggreani, L. O. (2021). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan dan Daya Saing. *Jurnal Optimalisasi*, 7(1), 48-59.
- Widiawati, K. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Bintang Empat Meraih Pelanggan. *Jurnal Administrasi Kantor*, 7(1), 63-74.
- Widodo, M. A., Syaharani, D., Azzahra, F. D., Juliyakta, M. R., Putra, F. A., & Ridha, M. R. (2024). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BISNIS KAFE TOP ANDA JALAN TELAGA BIRU TEMBILAHAN. *JURNAL SAINS DAN TEKNIK*, 1(1), 22-29.





UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



FAKULTAS TEKNIK

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

FORM CEK PLAGIARISME LAPORAN TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : Ananta Faruq Ilyasa
NIM : 202010140311057
Judul TA : Analisis Strategi Pemasaran Pada Louison Bakery Menggunakan Metode *Boston Consulting Group* (BCG) dan SWOT

Hasil Cek Plagiarisme dengan Turnitin

No.	Komponen Pengecekan	Nilai Maksimal Plagiarisme (%)	Hasil Cek Plagiarisme (%)
1.	Bab 1 – Pendahuluan	10 %	9 %
2.	Bab 2 – Landasan Teori	25 %	22 %
3.	Bab 3 – Metodologi Penelitian	30 %	25%
4.	Bab 4 – Pengumpulan Pengolahan Data	30 %	19 %
5.	Bab 5 – Analisa dan Pembahasan	15 %	13%
6.	Bab 6 – Kesimpulan dan Saran	5%	3 %
7.	Jurnal	20%	18 %

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I

(Teguh Baroto, S.T., M.T)

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 (Pusat)
F. +62 341 495 435

Kampus II
Jl. Banteng Sutanji No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Pusat)
F. +62 341 562 280

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Pusat)
F. +62 341 490 475
E. webmaster@umm.ac.id