

202210140311086
Sherly Kusuma Fitri
Prodi Teknik Industri

**PERENCANAAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN
(7P) PADA PRODUK PANGAN OLAHAN
MENGUNAKAN METODE SWARA DAN COCOSO
(Studi Kasus: UMKM Araria)**

Skripsi

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



Disusun Oleh:

Sherly Kusuma Fitri

202210140311086

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

2026

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
PERENCANAAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN
(7P) PADA PRODUK PANGAN OLAHAN
MENGGUNAKAN METODE SWARA DAN COCOSO
(Studi Kasus: UMKM Araria)



Disusun Oleh :
Sherly Kusuma Fitri
202210140311086

Menyetujui dan Mengesahkan :

Malang, 05 Mei 2026

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Teguh Baroto, S.T., M.T.

Adhi Nugraha, S.T., M.BA

Mengetahui,

Ketua Jurusan Teknik Industri



Dana Marsetiya 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, 05 Mei 2026

Yang membuat pernyataan



METERAI
TEMPEL
453ANX418883046

Sherly Kusuma Fitri
202210140311086

ABSTRACT

Effective marketing strategies have become essential for business actors in responding to the increasing competition within the food sector. Araria, as one of the businesses operating in the food industry, still faces challenges in achieving sales targets due to suboptimal marketing strategies. This study employed the marketing mix approach and utilized the SWARA method to determine the importance weights of each 7P element, while the CoCoSo method was applied to rank the proposed marketing strategies. The results of the SWARA analysis indicated that the promotion (0,3466); price (0,2773); product (0,1848); people (0,1056); place (0,0528); physical evidence (0,0235); and process (0,0094). Furthermore, the results of the CoCoSo method indicated that the promotion criterion ranked first, with social media promotion identified as the best marketing strategy alternative. The price criterion ranked second, with setting prices according to consumers' purchasing power as the preferred strategy. The product criterion ranked third, with improving product quality and taste as the best alternative strategy. The people criterion ranked fourth, with providing informative customer service identified as the preferred strategy. The place criterion ranked fifth, with selling products through e-commerce platforms as the recommended strategy. The physical evidence criterion ranked sixth, with the implementation of a value-based pricing strategy as the selected alternative. The process criterion ranked seventh, with providing clear purchasing information identified as the best marketing strategy alternative.

Keywords: MSMEs, Marketing Mix, SWARA, CoCoSo

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, karena atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul PERENCANAAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN (7P) PADA PRODUK PANGAN OLAHAN MENGGUNAKAN METODE SWARA DAN COCOSO (Studi Kasus: UMKM Araria). Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata satu (S1) pada Program Studi Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Malang. Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat dukungan, doa, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, petunjuk, rahmat, dan ridha-Nya.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Sulianto, M.T. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Bapak Dr. Ir. Dana Marsetiya Utama, S.T., M.T. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Teguh Baroto S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing pertama dan Bapak Adhi Nugraha S.T., M.BA selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Staff Program Studi Teknik Industri yang telah memberikan ilmu, pelayanan, dan kerjasamanya selama perkuliahan berlangsung.
6. Ibu Rukaesih selaku pemilik UMKM Araria yang telah memberikan izin kepada penulis untuk menjadikan UMKM Araria sebagai objek penelitian pada tugas akhir ini.
7. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi serta pendapat dalam pengisian kuesioner penelitian.
8. Orang tua dan keluarga besar yang senantiasa memberikan kasih sayang, dukungan, dan doa agar penulis dapat menyelesaikan skripsi.

9. Teman-teman dekat penulis yang telah memberikan dukungan selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi.
10. Teman-teman Teknik Industri angkatan 2022, khususnya kelas C serta teman-teman Teknik Industri lainnya, yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan pengalaman berharga kepada penulis selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini.

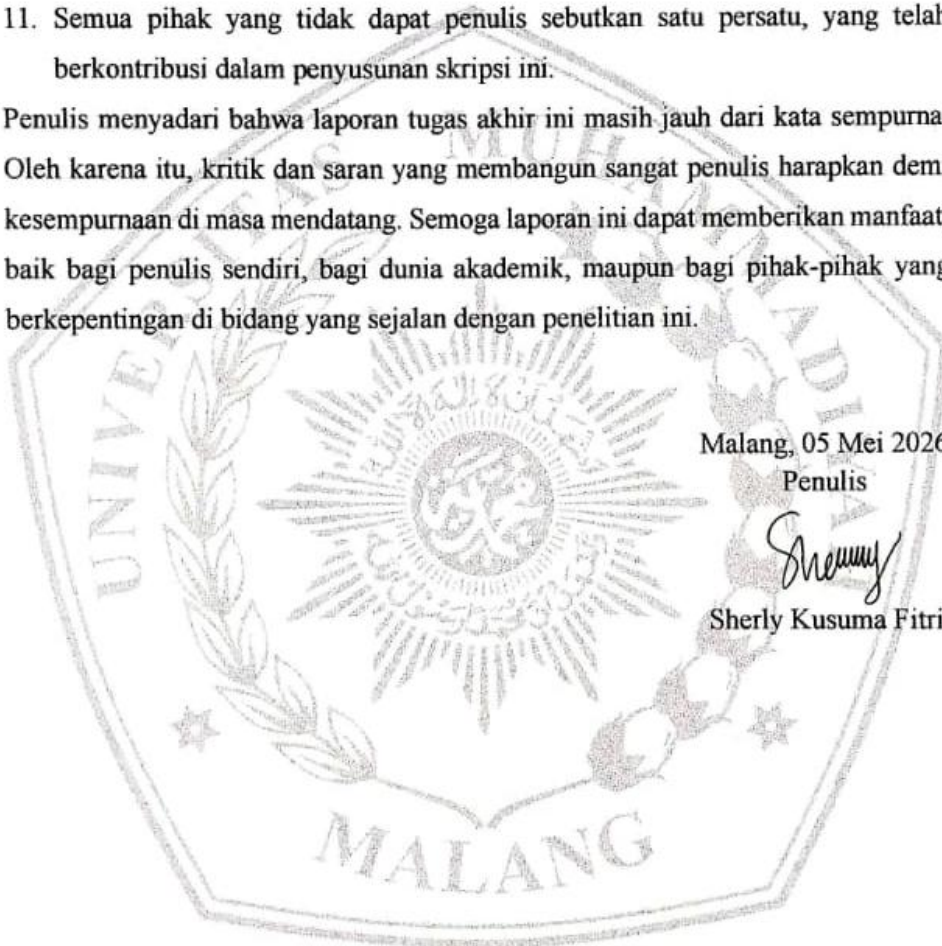
Penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan di masa mendatang. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri, bagi dunia akademik, maupun bagi pihak-pihak yang berkepentingan di bidang yang sejalan dengan penelitian ini.

Malang, 05 Mei 2026

Penulis



Sherly Kusuma Fitri



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR PUSTAKA	xi
FORM PLAGIASI	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Batasan Masalah	3
BAB II LANDASAN TEORI	4
2.1 UMKM (Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah)	4
2.2 Pemasaran.....	4
2.2.1 Konsep Pemasaran	5
2.2.2 Strategi Pemasaran.....	6
2.2.3 Bauran Pemasaran.....	9
2.3 Kinerja Penjualan.....	12
2.4 MCDM (<i>Multi Criteria Decision Making</i>).....	13
2.4.1 Metode SWARA	14
2.4.2 Metode CoCoSo.....	15
2.4.3 Perbandingan Metode	16
2.5 Penelitian Terdahulu	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Pendekatan Penelitian	21
3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian	21
3.3 Tahapan Penelitian.....	21
3.3.1 Pendahuluan.....	22

3.3.2	Pengumpulan Data	23
3.3.3	Pengolahan Data	27
3.3.4	Analisis Pembahasan.....	30
3.3.5	Kesimpulan dan Saran	30
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....		31
4.1	Tinjauan Perusahaan	31
4.1.1	Produk yang Diproduksi	31
4.2	Hasil Identifikasi Masalah	33
4.3	Pengumpulan Data	34
4.4	Pengolahan Data	47
4.4.1	Perhitungan Pembobotan SWARA	47
4.4.2	Perhitungan Alternatif CoCoSo	50
BAB V ANALISIS PEMBAHASAN.....		63
5.1	Analisis Data Menggunakan Metode SWARA	63
5.2	Analisis Data Menggunakan Metode COCOSO	64
5.3	Usulan dan Implikasi Manajerial Strategi Pemasaran	65
BAB VI PENUTUP		67
6.1	Kesimpulan.....	67
6.2	Saran.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian	22
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi UMKM Araria	31
Gambar 4. 2 Keripik Pisang	32
Gambar 4. 3 Telur Gabus	32
Gambar 4. 4 Keripik Slondok	33



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian terdahulu.....	18
Tabel 3. 1 Kriteria	24
Tabel 3. 2 Strategi Pemasaran/Alternatif	24
Tabel 3. 3 Skala likert untuk pembobotan SWARA.....	27
Tabel 3. 4 Ilustrasi hasil penilaian pakar terhadap kriteria untuk pembobotan.....	27
Tabel 3. 5 Skala likert untuk penilaian CoCoSo	29
Tabel 3. 6 Ilustrasi hasil penilaian strategi pemasaran/alternatif	29
Tabel 4. 1 Kriteria Bauran Pemasaran.....	34
Tabel 4. 2 Strategi Pemasaran	39
Tabel 4. 3 Hasil Penilaian Kriteria Bauran Pemasaran	47
Tabel 4. 4 Penentuan Ranking.....	47
Tabel 4. 5 Rekapitulasi Perhitungan Bobot Kriteria Bauran Pemasaran	48
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Bobot Kriteria Bauran Pemasaran.....	49
Tabel 4. 7 Hasil Penilaian Responden 1	50
Tabel 4. 8 Hasil Penilaian Responden 2	51
Tabel 4. 9 Hasil Penilaian Responden 3	52
Tabel 4. 10 Hasil Penilaian Responden 4.....	52
Tabel 4. 11 Hasil Penilaian Responden 5	53
Tabel 4. 12 Matriks Ternormalisasi	55
Tabel 4. 13 Bobot Kriteria Berdasarkan Metode SWARA.....	56
Tabel 4. 14 Nilai Normalisasi Terbobot Si	56
Tabel 4. 15 Nilai Normalisasi Terbobot Pi	57
Tabel 4. 16 Bobot Relatif Alternatif.....	58
Tabel 4. 17 Nilai Ki Setiap Alternatif.....	59
Tabel 4. 18 Rekapitulasi Ranking Setiap Alternatif.....	60

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Aisyah, K. N., & Pudjoprastyono, H. (2024). Rebranding label kemasan untuk meningkatkan daya dan brand awareness pada UMKM Tahu Crispy Rakhmad. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(4), 6270-6276.
- Alfiah, N., Munikhah, I. A. T., & Winati, F. D. (2023). Proposed Sales Increase Strategy (Marketing Mix 7P) Using the ANP Method for PT X Lavender Essential Oil Products. *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 25(2), 284-297.
- Aljahra, D., Anggela, P., & Wahyudi, T. (2025). Pemilihan Prioritas Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan dengan Menggunakan Metode Swot dan Topsis. *Jurnal Teknik Industri*, 11(2), 2548-6950.
- Aluba, L. L., Aluba, S. M. T., Ligan, M. A., Listahan, J. J. E., Pacana, D. D. E., Sabana, C. L., & Sabuero, J. B. (2025). The Effects of Social Media Marketing on Customer Engagement. *Journal in Business and Economics*, 3(2), 240-248.
- Anggitaningsih, R. (2023). Pengaruh Keramahan Karyawan, Pemahaman Tentang Produk, Dan Keragaman Item Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Di Wilayah Kota Surabaya. *Reinforce: Journal of Sharia Management*, 2(1), 1-17.
- Assauri, Sofjan. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Assrani, D., & Sirait, P., & Andri. (2021). Pembobotan Kriteria Dalam Prediksi Meningitis Tuberkulosis Menggunakan Metode SWARA dan Nearest Neighbor. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 5(4), 1453-1459.
- 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.
- Cahyono, B., Andrijasa M. F., & Bustomi, T. (2024). Penerapan Metode Analytic Network Process (ANP) dalam Menentukan Peringkat Kinerja Dosen. *Journal Scientific and Applied Informatics*, 7(2), 472-484.

- Choesrani, D. Z., Kusnedi, R., Elsty, K., Irfan, M., Hariyanto, L., & Nurhasanah, A. (2025). Strategy For Improving Customer Satisfaction Towards Service Quality Perception And Brand Image In The Culinary Industry. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 13(1), 295-304.
- Daud, S., Hestiana, A., Sinaga, M. B., & Afrina, L. (2025). Analisis Strategi Pemasaran Kewirausahaan Umkm Sentra Oleh-Oleh (Studi Kasus “Sarimurni Cake” Di Bandar Lampung). *Yume: Journal of Management*, 8(1), 502-508.
- Dehalwar, K. & Sharma, S. N. (2024). Exploring the distinctions between quantitative and qualitative research methods. *Think India Journal*, 27(1), 7-15.
- Dhruva, S., Krishankumar, R., Pamucar, D., Zavadskas, E. K., & Ravichandran, K. S. (2024). Demystifying the stability and the performance aspects of CoCoSo ranking method under uncertain preferences. *Informatica*, 35(3), 509-528.
- Fachrudin, A. S., & Nugraha. (2022). Perancangan Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Analisis SWOT dan Metode TOPSIS. *Jurnal Riset Teknik Industri*, 2(2), 129-140.
- Fajrin, T. R., & Aprianingsih, A. (2024). The Influence Of Marketing Mix (7PS) To Customer Satisfaction Customer Loyalty And Customer Retention At Coffeshop. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 12(3), 2645-2658.
- Fathulrachman, M., Kurniawan, M., Sari, F., Syihab, H., & Iswan, J. (2025). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Kedai Kopi Benawa Kota Palembang. *Jurnal Manajemen dan Investasi (MANIVESTASI)*, 7(2), 150-161.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Pasuruan: Qiara Media.
- Ghorabae, K., M., Zavadskas, E. K., Olfat, L., & Turskis, Z. (2015). Multi-criteria inventory classification using a new method of evaluation based on distance from average solution (EDAS). *Informatica*, 26(3), 435-451.
- Ghorabae, K., M., Zavadskas, E. K., Turskis, Z., & Antuchevičienė, J. (2016). A new combinative distance-based assessment (CODAS) method for multi-criteria decision-making.

- Goswami, S. S., Tapankumar, T., Naik, N. C. K., Gowrishankar, J., Bhosle, N., Singh, A., Raju, G. S., Nagesh, D., & Santhosh, A. J. (2025). Multi-model MCDM framework for sustainable renewable energy selection in India: integrating CRITIC-EDAS-CODAS-CoCoSo. *Discover Sustainability*, 6(1), 500.
- Gustiara, D., & Sari, T. N. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran 7p Terhadap Keputusan Pembelian Besi Baja Pada Pt. Marelana Anugrah Perkasa. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 2(1), 181-197.
- Idris, M. I., Purnamasari, E., & Ningsih, E. S. (2023). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Crab Food Mc Di Kelurahan Teluk Lerong Ulu Kota Samarinda Kalimantan Timur. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(2), 262-280.
- Iqbal, M. (2025). Strategi pemasaran digital untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di era media sosial. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 4(2), 174-186.
- Kementerian Keuangan RI 2024, *UMKM Hebat Perekonomian Nasional Meningkatkan*, Kementerian Keuangan RI, viewed 01 November 2025, <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/curup/id/data-publikasi/artikel/2885-umkm-hebat-perekonomian-nasional-meningkat.html>
- Keršuliene, V., Zavadskas, E. K., & Turskis, Z. (2010). Selection of rational dispute resolution method by applying new step-wise weight assessment ratio analysis (SWARA). *Journal of business economics and management*, 11(2), 243-258.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing, Global Edition*, 17th edn. Pearson.
- Kumar, V., Kalita, K., Chatterjee, P., Zavadskas, E. K., & Chakraborty, S. (2022). A SWARA-CoCoSo-based approach for spray painting robot selection. *Informatica*, 33(1), 35-54.
- Kumar, V., Mohata, A., Mistri, A., & Bartoszuk, M. (2023). Application of SWARA-CoCoSo-based approach for tool selection of an electrical discharge machining process. *Sustainable production, instrumentation and engineering sciences*, 1(1), 19-26.

- Lamb, C. W., Hair, J. F., & Mc Daniel, Carl. (2011). *Marketing*, 11th edn. Cengage Learning.
- Levrini, G. R., & Santos, M. J. D. (2021). The influence of price on purchase intentions: Comparative study between cognitive, sensory, and neurophysiological experiments. *Behavioral Sciences*, 11(2), 16.
- Li, X., Liang, Z., & Liu, Y. (2023). Information provision and consumer search behavior for products with asymmetric uncertainty. *Journal of Management Science and Engineering*, 8(1), 49-82.
- Marito, J., Nainggolan, W. B., & Mahendra, G. S. (2024). Penerapan Metode Combined Compromise Solution (CoCoSo) dalam Pemilihan Franchise Minuman. *Jurnal Teknologi Terpadu*, 10(1), 32-39.
- Melati. (2021). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Midyanti, D. M., Hidayati, R., & Bahri, S. (2020). Comparison of MCDM method for select orphanage. *JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer)*, 6(1), 21-26.
- Mihafu, F. D., Issa, J. Y., & Kamiyango, M. W. (2020). Implication of sensory evaluation and quality assessment in food product development: A review. *Current Research in Nutrition and Food Science Journal*, 8(3), 690-702.
- Mulyadi, F., Purwanti, L., Inggrida, J. A., & Purnama, M. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Karawang: Seba Jaya Publisher.
- Murdani, & Sianturi, L, T. (2021). The Application Of The Waspas Method With The Swara Weighting Method Approach In The Selection Of Single College Money Aid Budidarma University. *Jurnal Infokum*, 9(2), 387-393.
- Novitasari, H., & Samanhudi, D. (2021). Analisis strategi pemasaran dengan metode SWOT dan QSPM integrasi analytic hierarchy process di Coffee Shop Moja Kitchen. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 9(1), 1-10.
- Nugroho, R. L., Novitaningtyas, I., & Lionora, C. A. (2025). Diskon Harga, Visual Merchandising, Dan Atmosfer Toko Sebagai Anteseden Pembelian Impulsif Di Minimarket. *Revenue: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 6(1), 45-58.

- Ompusunggu, V. M., Munthe, R. G., & Anggraini, J. (2022). *Strategi Pemasaran*. Malang: Literasi Nusantara Abadi.
- Oracle 2023, *What Is Sales Performance Management? Benefits, How-tos, & Tips*, Oracle, viewed 28 November 2025,
<https://www.oracle.com/asean/cx/sales/sales-performance-management/what-is-sales-performance-management/>
- Pamungkas, I, D., & Suhari, Y. (2023). Analisis Pengaruh Prosedur Pembelian dan Desain Website Terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce Lazada Indonesia. *Journal of Information Technology and Computer Science*, 6(1), 165-170.
- Permatasari, K., Nurainy, F., Utomo, T. P., & Suroso, E. (2023). Analisis strategi Pemasaran Pempek Cemot Kabupaten Lahat. *Jurnal Agroindustri Berkelanjutan*, 2(1), 123-129.
- Purwitasari, A. & Sulistyowati. (2024). Word Of Mouth Sebagai Alat Pemasaran Efektif: Tinjauan Literature Empiris. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 493-507.
- Ramadhan, A. R. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Netflix. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(4), 845-854.
- Ramadhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Ratnasari, Desi. (2023). *Strategi Pemasaran dan Kepuasan Konsumen*. Malang: Literasi Nusantara Abadi.
- Rizal, R. H. P., Sofyan, S., & Safrida, S. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Beras Premium BULOG Kota Lhokseumawe Di Kecamatan Banda Sakti. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 7(1), 119-130.
- Rizky, W. A. (2021). Proses Penanganan Bongkar Muat Batubara Di Taboneo Anchorage Pada MV. Habco Polaris Milik PT. Habco Primatama. *KARYA TULIS*.
- Romli, N. A., Lena, S. V. V., Tingga, C. P., Sugiati, M. A., Widati, E., Lie, D., Kusuma, C. S. D., Sherly, S., Pertiwi, W. N. B., Sidabutar, N., Sefudin, A.,

- Trenggana, A. F. M., Sinaga, O. S., & Anggraini, N. (2022). *Marketing 4.0: Konsep dan implementasinya*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Saputra, V. H., & Ardiansah, T. (2022). Penerapan Combined Compromise Solution (CoCoSo) Method Dalam Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Modem. *Jurnal Ilmiah Computer Science*, 1(1), 7-16.
- SCRIBD 2023, *Kelebihan dan Kelemahan Metode TOPSIS*, SCRIBD, viewed 17 Desember 2025,
<https://www.scribd.com/document/690568772/Kelebihan-dan-Kelemahan-Metode-TOPSIS-UNIVERSITAS-RAHARJA>
- Sedliacikova, M., Kocianova, A., Dzian, M., Drabek, J. (2020). Product Sampling as a Sales Promotion Tool. *Marketing and Management of Innovations*, 1, 136-148.
- Simarmata, A., Jocom, S. G., & Kaunang, R. (2022). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7p) Pada Black Cup Coffee Roaster Di Kota Manado. *Agri-sosioekonomi*, 18(3), 699-708.
- Siregar, B. A. (2021). Communication Strategy in Improving Satisfaction E-Commerce Customers. *Almana: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 148-155.
- Situmorang, R. A. P., Rangkuti, R. A., Siregar, I. Z., & Handoko, D. (2025). Implementasi Sistem Pendukung Keputusan Metode SWARA untuk Pemilihan Laptop Low-End Terbaik 2024 Bagi Programmer. *Jurnal Komputer Teknologi Informasi Sistem Informasi*, 3(3), 885-893.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surya, A. A., Faradilla, W. Z., Jacynda, A., Wibowo, N. S., Nurani, S., & Sawitri, N. N. (2024). Factors that influence purchase decisions, product display, price, and promotion (Literature review of marketing management). *International Journal of Economics, Accounting, and Management*, 1(4), 196–204.
- Taherdoost, H., & Madanchian, M. (2023). Analytic Network Process (ANP) method: A comprehensive review of applications, advantages, and limitations. *Journal of Data Science and Intelligent Systems*, 1(1), 12-18.

- Taherdoost, H., & Madanchian, M. (2023). Multi-criteria decision making (MCDM) methods and concepts. *Encyclopedia*, 3(1), 77-87.
- Teresia, S., Visnuvardhana, & Soeprapto. (2025). Strategi Pemasaran Marketing Mix 7p Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Di Ecaps Restoran, Kemang, Jakarta. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 2(10), 191-200.
- Tjiptono, F., & Chandra G. (2020). *Pemasaran strategik: Domain, determinan, dinamika*, 4th edn. Yogyakarta: Andi.
- Ulfah, M., Solihin, V. A., Ridwan, M. F., & A. M. I. (2025). Analisis Strategi Pemasaran Value Based Pricing Dalam Penetapan Harga Jual Bibit Buah. *Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(3), 631-637.
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Utami, K., & Fadila, A. (2020). Sikap Pengelolaan Keuangan Keluarga pada Anggota Koperasi Wanita Jasmine Sejahtera. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 8(2), 168-181.
- Wulandari, E. P., Ainiyah, D. N., & Murnawan, M. Penerapan Metode SWARA untuk Menentukan Prioritas Program Pengabdian Masyarakat di Perguruan Tinggi. *IJAI (Indonesian Journal of Applied Informatics)*, 8(1), 70-78.
- Yazdani, M., Zarate, P., Zavadskas, E. K., & Turskis, Z. (2019). A combined compromise solution (CoCoSo) method for multi-criteria decision-making problems. *Management Decision*, 57(9), 2501–2519.
- Zavadskas, E. K., Turskis, Z., Antucheviciene, J., & Zakarevicius, A. (2012). Optimization of weighted aggregated sum product assessment. *Elektronika ir elektrotechnika*, 122(6), 3-6.



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



FAKULTAS TEKNIK

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

FORM CEK PLAGIARISME LAPORAN TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : Sherly Kusuma Fitri
NIM : 202210140311086
Judul TA : Perencanaan Strategi Bauran Pemasaran (7P) pada Produk Pangan Olahan Menggunakan Metode SWARA dan CoCoSo (Studi Kasus: UMKM Araria)

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 %	21 %
3.	Bab 3 – Metodologi Penelitian	30 %	23 %
4.	Bab 4 – Pengumpulan Pengolahan Data	30 %	12 %
5.	Bab 5 – Analisa dan Pembahasan	15 %	12 %
6.	Bab 6 – Kesimpulan dan Saran	5%	1 %
7.	Jurnal	20%	19 %

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I

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

Dosen Pembimbing II

(Adhi Nugraha, S.T., M.BA)

Mengesahkan hasil Cek Plagiasi,

Koordinator TA


Thomy Eko Saputro, S.T., M.Sc.

Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 490 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 562 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang Jawa Timur
P. +62 341 364 318 (Hunting)
F. +62 341 480 435
E. netmaster@umm.ac.id