



**LAPORAN SKRIPSI**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN METODE  
*BUSSINESS MODEL CANVAS (BMC)*  
MELALUI PENDEKATAN BAURAN PEMASARAN 4P  
*(PRODUCT, PROMOTION, PRICE, PLACE)*  
PADA PRODUK PISAU STAINLESS  
(STUDI KASUS: UD HS. SUHARTO)**

**AURA BALQIS PUTRI KURNIAWAN**

**NIM. 201857009**

**DOSEN PEMBIMBING**

**Vikha Indira Asri, S.T., M.T.**

**Akh. Sokhibi, S.T., M.Eng.**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI**

**FAKULTAS TEKNIK**

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN METODE *BUSSINESS*  
*MODEL CANVAS* (BMC) MELALUI PENDEKATAN BAURAN  
PEMASARAN 4P (*PRODUCT, PROMOTION, PRICE, PLACE*)  
PADA PRODUK PISAU STAINLESS  
(STUDI KASUS: UD HS. SUHARTO)



AURA BALQIS PUTRI KURNIAWAN


NIM. 201857009


Kudus, 26 Agustus 2022

Menyetujui,

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,

  
Vikha Indira Asri, S.T., M.T.  
NIDN. 0502078404

  
Akh. Sokhibi, S.T., M.Eng.  
NIDN. 0607068302



# HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN METODE *BUSSINESS MODEL CANVAS* (BMC) MELALUI PENDEKATAN BAURAN PEMASARAN 4P (*PRODUCT, PROMOTION, PRICE, PLACE*) PADA PRODUK PISAU STAINLESS (STUDI KASUS: UD. HS. SUHARTO)"**

**AURA BALQIS PUTRI KURNIAWAN**

**NIM. 201857009**

Kudus, 26 Agustus 2022

Menyetujui,

Ketua Penguji,

Dina Fauhida, ST., M.Sc.  
NIDN. 0609119109

Anggota Penguji I,

Sugoro Bhakti Sutono, M.T.  
NIDN. 1018097602

Anggota Penguji II,

Vikha Indira Asri, S.T., M.T.  
NIDN. 0502078404

Mengetahui

Dekan Fakultas Teknik



Mohammad Dhanan, S.T., M.T  
NIS. 0610701000001141

Ketua Program Studi  
Teknik Industri

Rangga Primadasa, S.T., M.T  
NIS. 0610701000001308

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aura Balqis Putri Kurniawan  
NIM : 201857009  
Tempat & Tanggal Lahir : Demak, 7 Juli 2000  
Judul Skripsi/Tugas Akhir\* : “Analisis Strategi Pemasaran Dengan Metode *Bussiness Model Canvas* (BMC) Melalui Pendekatan Bauran Pemasaran 4p (*Product, Promotion, Price, Place*) Pada Produk Pisau Stainless (Studi Kasus: UD. HS. Suharto)”

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan Skripsi/Tugas Akhir\* ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan maupun kegiatan lain yang tercantum sebagai bagian dari Skripsi ini. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dalam Skripsi dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muria Kudus.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Kudus, 17 Juni 2022

Yang memberi pernyataan,



Aura Balqis Putri Kurniawan  
NIM. 201857009



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia yang tidak terduga dan tidak terhingga karena skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Dengan Metode Bussiness Model Canvas (BMC) Melalui Pendekatan Bauran Pemasaran 4p (Product, Promotion, Price, Place) Pada Produk Pisau Stainless (Studi Kasus: UD. HS. Suharto)” bisa terselesaikan dengan tepat waktu.

Skripsi atau tugas akhir ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik (S.T) Program studi Teknik Industri pada Fakultas Teknik Universitas Muria Kudus.

Pelaksanaan skripsi atau tugas akhir ini tak lepas dari bantuan dan dukungan beberapa pihak, untuk itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Mohammad Dahlan, S.T., M.T, selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Muria Kudus beserta para Wakil dekan dan staff Karyawan.
2. Bapak Rangga Primadasa, S.T., M.T, selaku kepala Program Studi Teknik Industri Universitas Muria Kudus.
3. Ibu Vikha Indira Asri, S.T., M.T, selaku dosen pembimbing utama yang telah dengan segala kesabaran, kepedulian, ketalatenan mengingatkan untuk segera dikerjakan Tugas Akhir ini serta kelapangan hati dalam membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir.
4. Bapak Akh. Sokhibi, S.T., M.Eng, selaku dosen pendamping yang telah memberikan arahan dan nasehat dalam pengerjaan Tugas Akhir kepada penulis.
5. Segenap dosen dan staff karyawan Program Studi Teknik Industri Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan ilmu, bimbingan serta arahan nasehat kepada penulis.
6. Bapak H. Suharto selaku pemilik UD HS. Suharto yang telah mengijinkan penulis ketempatnya untuk penelitian.

7. Ayah achmad Kurniawan dan Mama Sri Kiswati yang tak terhingga pengorbananya baik dari segi materi maupun spritual sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Adek-adekku, Arjuna Rabbani Kurniawan Putra dan Aqila Syabani Maulana Kurniawan yang selalu memberikan mendoakan dan membuat keceriaan kepada penulis selama pengerjaan Tugas Akhir ini.
9. Tera Fernanda S, yang telah membantu dalam proses pembuatan Tugas Akhir ini.
10. Teman seperjuangan terkhusus dari Program Teknik Industri angkatan 2018 yang selalu menciptakan suasana baru, sehingga penulis termotivasi dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
11. Segenap pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Semoga amal ibadah mereka dilipat gandakan dan diterima Allah SWT (Amamiin).

Penulis menyadari adanya kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam penulisan skripsi ataupun Tugas Akhir ini, karena itu penulis menerima kritik, saran dan masukan dari pembaca sehingga penulis dapat lebih baik di masa yang akan datang. Akhirnya penulis berharap semoga Skripsi atau Tugas Akhir ini bisa bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca.

Kudus, Agustus 2022

Penulis

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN METODE *BUSSINESS MODEL CANVAS* (BMC) MELALUI PENDEKATAN BAURAN PEMASARAN 4P (*PRODUCT, PROMOTION, PRICE, PLACE*) PADA PRODUK PISAU STAINLESS (STUDI KASUS: UD. HS. SUHARTO)”**

Nama mahasiswa : Aura Balqis Putri Kurniawan

NIM : 201857009

Pembimbing :

1. Vikha Indira Asri, S.T., M.T.
2. Akh. Sokhibi, S.T., M.Eng.

**RINGKASAN**

UD HS. Suharto merupakan industri pengrajin besi di daerah Hadipolo Kudus dengan 300 pengrajin besi lainnya, produk yang dihasilkan merupakan pisau. Akan tetapi dalam beberapa bulan terakhir UD HS. Suharto menerima banyak keluhan yang dirasakan oleh konsumen, antara lain: produk, harga, tempat, dan promosi. Sehingga para konsumen lebih tertarik pada produk pisau dari industri lain. Kurangnya UD HS. Suharto adalah tidak ada improve dari produk pisau yang masih model kuno, tempat produksi yang kurang strategis dan sulit untuk ditemukan, ditambah lagi promosi yang dilakukan hanya secara *mouth to mouth marketing*.

Metode untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi UD HS. Suharto, maka perlu dilakukan analisis strategi pemasaran dengan *Bussiness Model Canvas* (BMC) dan pendekatan Bauran Pemasaran yang merujuk pada hasil analisis SWOT dengan menggunakan matrix matrik IFE - EFE sehingga dapat mengevaluasi antar hubungan eskternal dan internal agar dapat meningkatkan penjualan.

Berdasarkan analisis SWOT, terdapat faktor eksternal dan internal untuk meningkatkan penjualan produk pisau UD HS. Suharto. Berdasarkan hasil uji deskripsi kuisisioner bauran pemasaran, dapat diketahui bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh UD HS. SUHARTO belum dilaksanakan dengan maksimal. Kemudian strategi yang dapat dilakukan berdasarkan analisis BMC yaitu dengan memperluas segmen pasar yaitu tidak hanya berfokus pada Ibu Rumah Tangga atau orang-orang yang berprofesi masak saja, memperhatikan kualitas barang yang diproduksi, memperluas penjualan di pasar seluruh Indonesia.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Pisau, Bauran Pemasaran (*Product, Price, Place, and Promotion*), *bussiness model canvas* (BMC)

**ANALYSIS OF MARKETING STRATEGY USING THE BUSSINESS  
MODEL CANVAS (BMC) METHOD THROUGH THE 4P MARKETING MIX  
APPROACH (PRODUCT, PROMOTION, PRICE, PLACE) ON STAINLESS  
KNIFE PRODUCTS (CASE STUDY: UD. HS. SUHARTO)”**

*Student Name* : Aura Balqis Putri Kurniawan

*Student Identity Number* : 201857009

*Supervisor* :

1. Vikha Indira Asri, S.T., M.T.
2. Akh. Sokhibi, S.T., M.Eng.

**ABSTRACT**

*UD HS. Suharto is an iron industry located in Hadipolo village, Jekulo sub-district, Kudus district. This industry stands in an area with 300 other iron craftsmen, the products produced are knives. However, in the last few months UD HS. Suharto received many complaints felt by consumers. The complaints came from several aspects, including: product, price, place, and promotion. So that consumers are more interested in knife products from other industries. Lack of UD HS. Suharto is that there is no improvement from knife products which are still ancient models, production sites are less strategic and difficult to find, plus promotions are carried out only by mouth marketing.*

*Methods to solve problems faced by UD HS. Suharto, it is necessary to do a marketing strategy analysis with the Business Model Canvas (BMC) and the Marketing Mix approach which refers to the results of the SWOT analysis using the IFE - EFE matrix so that it can evaluate the relationship between external and internal in order to increase sales.*

*Based on the SWOT analysis, there are external and internal factors to increase sales of UD HS Suharto knife products. Based on the test results of the marketing mix questionnaire description, it can be seen that the marketing strategy carried out by UD HS. SUHARTO has not been implemented optimally. Then the strategy that can be done based on BMC is by expanding the market segment, which is not only focusing on housewives or people who work as cooks, paying attention to the quality of goods produced, expanding sales in markets throughout Indonesia.*

*Keywords: Marketing Strategy, Knives, Marketing Mix (Product, Price, Place, and Promotion), business model canvas (BMC)*



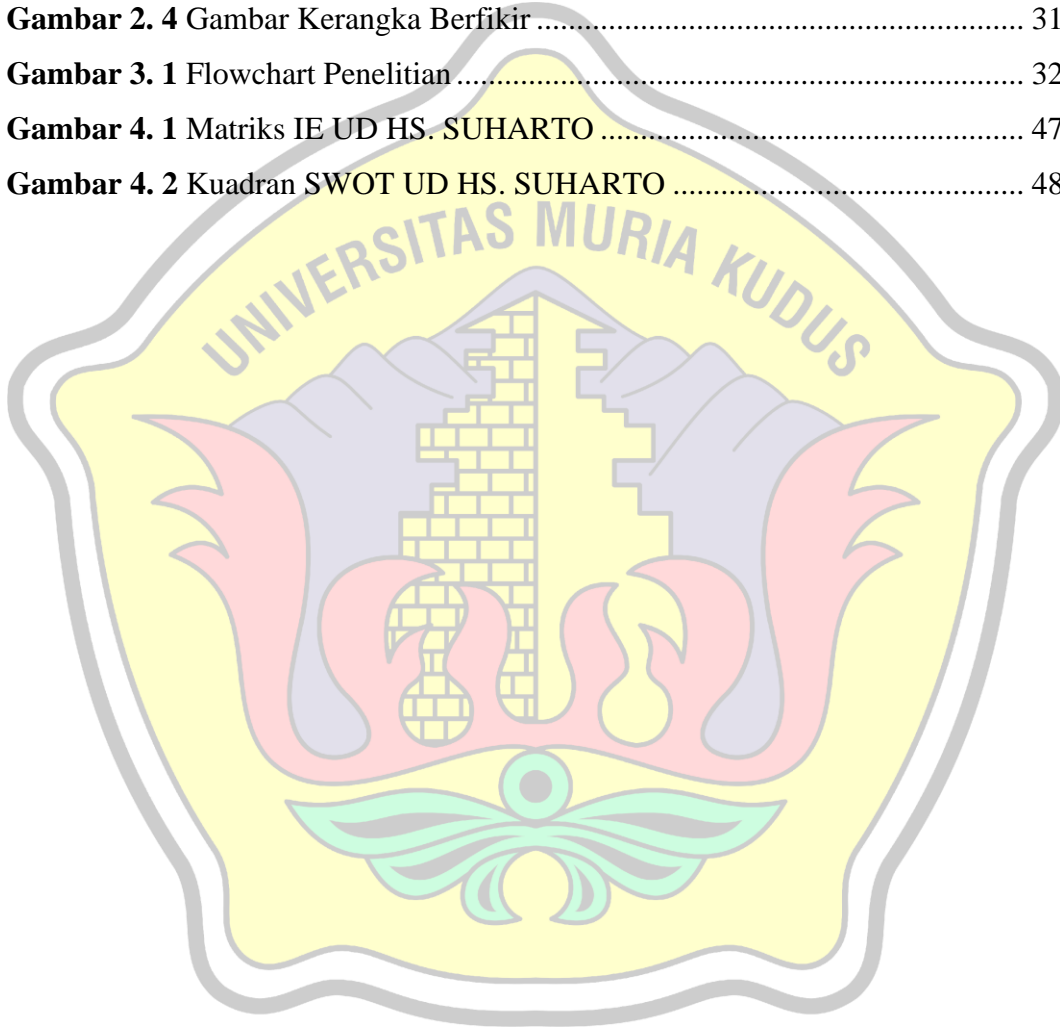
## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
RINGKASAN .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Batasan Masalah.....	5
1.4. Tujuan.....	5
1.5. Sistematika penulisan .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Kajian Teori.....	7
2.2. Penelitian Terdahulu.....	29
2.3. Kerangka Berfikir.....	31
BAB III METODOLOGI.....	32
3.1. Diagram Alir.....	32
3.2. Tempat Penelitian.....	33
3.3. Identifikasi Masalah .....	33
3.4. Studi Pustaka .....	33
3.5. Metode Pengumpulan Data .....	33
3.6. Metode Pengolahan Data.....	34
3.7. Uji Validitas dan Realibilitas Kuisoner.....	38
3.8. Analisis Hasil dan Pembahasan.....	39
3.9. Kesimpulan dan Saran.....	39

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	41
4.1. Pengumpulan Data.....	41
4.1.1. Data identitas konsumen .....	41
4.1.2. Data nilai produk.....	42
4.1.3. Data media pemasaran .....	42
4.1.4. Data hubungan pelanggan .....	42
4.1.5. Data arus pendapatan .....	42
4.1.6. Data sumber daya utama.....	43
4.1.7. Data kegiatan utama.....	43
4.1.8. Data mitra utama.....	43
4.1.9. Data struktur biaya .....	43
4.2. Pengolahan Data.....	43
4.2.1. Hasil Kuisiner SWOT.....	43
4.2.2. Pengujian Validitas Kuisiner Bauran Pemasaran.....	53
4.2.3. Pengujian Realibilitas Kuisiner Bauran Pemasaran.....	54
4.2.4. Kuisiner Responden Bauran Pemasaran 4P .....	56
4.2.5. Analisis Bussiness Model Canvas (BMC).....	69
BAB V PENUTUP.....	77
5.1. Kesimpulan.....	77
5.2. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA .....	80
LAMPIRAN 1 .....	83
LAMPIRAN 2.....	90
LAMPIRAN 3.....	106
LAMPIRAN 4.....	107
LAMPIRAN 5.....	108
LAMPIRAN 6.....	109
BIODATA PENULIS .....	110

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1</b> Data Penjualan UD HS. Suharto Sebelum Masa Pandemi .....	2
<b>Gambar 1. 2</b> Data Penjualan UD HS. Suharto Pada Masa Pandemi .....	2
<b>Gambar 2. 1</b> Diagram analisi SWOT .....	11
<b>Gambar 2. 2</b> Alat Pemasaran 4P .....	13
<b>Gambar 2. 3</b> Elemen bussines model canvass (BMC).....	15
<b>Gambar 2. 4</b> Gambar Kerangka Berfikir .....	31
<b>Gambar 3. 1</b> Flowchart Penelitian .....	32
<b>Gambar 4. 1</b> Matriks IE UD HS. SUHARTO .....	47
<b>Gambar 4. 2</b> Kuadran SWOT UD HS. SUHARTO .....	48

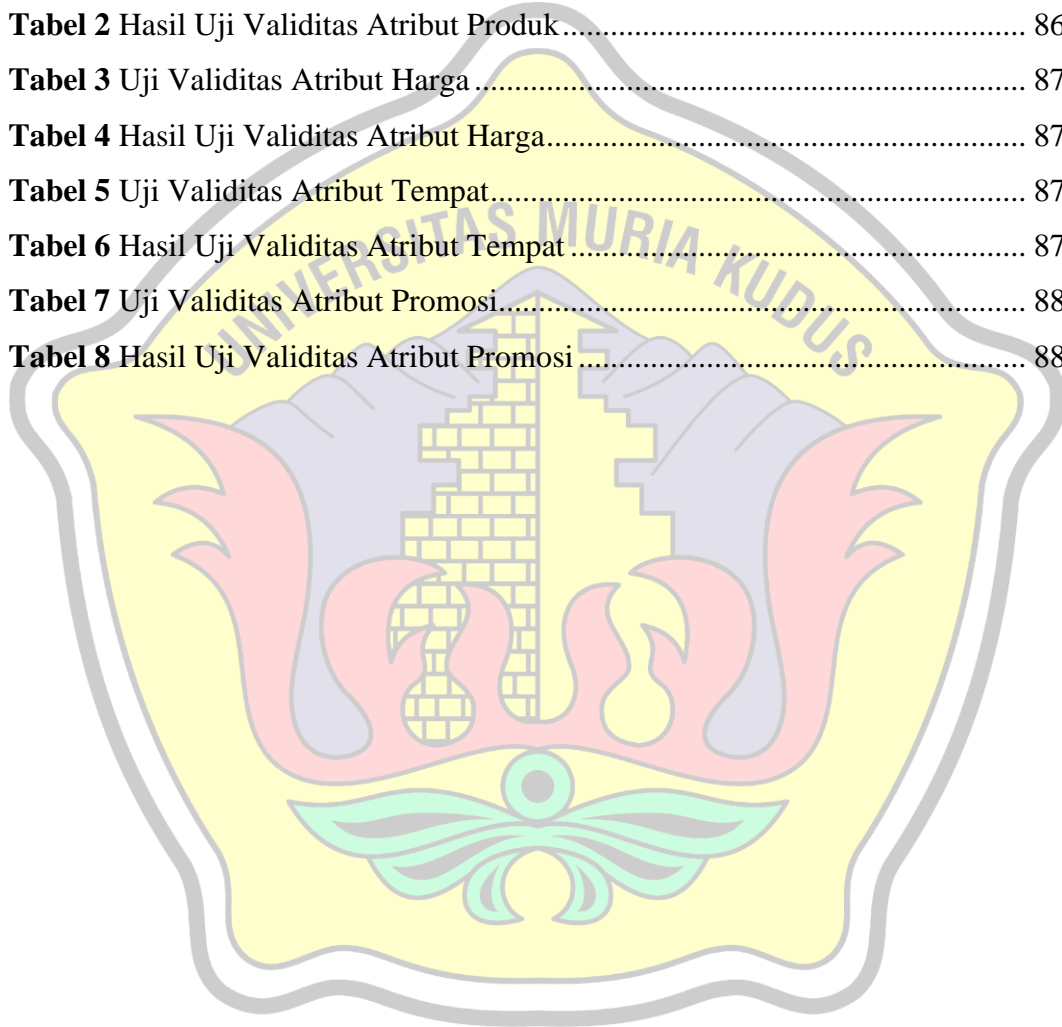




## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1</b> Tabel Diagram Kuadran SWOT.....	12
<b>Tabel 2. 2</b> Fase Saluran .....	21
<b>Tabel 2. 3</b> Penelitian Terdahulu.....	29
<b>Tabel 4. 1</b> Faktor Internal .....	44
<b>Tabel 4. 2</b> Faktor Eksternal .....	44
<b>Tabel 4. 3</b> Perhitungan IFE.....	46
<b>Tabel 4. 4</b> Perhitungan EFE .....	47
<b>Tabel 4. 5</b> Tabel Matrik Strategi SWOT .....	51
<b>Tabel 4. 6</b> Hasil Uji Validitas Kuisiонер Bauran Pemasaran .....	54
<b>Tabel 4. 7</b> Hasil Uji Reabilitas Atribut Produk .....	55
<b>Tabel 4. 8</b> Hasil Uji Reabilitas Tribut Harga.....	55
<b>Tabel 4. 9</b> Hasil Uji Reliabilitas Atribut Tempat .....	56
<b>Tabel 4. 10</b> Hasil Uji Reliabilitas Atribut Promosi.....	56
<b>Tabel 4. 11</b> Hasil Kuisiонер Atribut Produk.....	57
<b>Tabel 4. 12</b> Hasil Kuisiонер Atribut Harga .....	57
<b>Tabel 4. 13</b> Hasil Kuisiонер Atribut Tempat.....	58
<b>Tabel 4. 14</b> Hasil Kuisiонер Atribut Promosi.....	58
<b>Tabel 4. 15</b> Jenis Kelamin Responden .....	59
<b>Tabel 4. 16</b> Usia Responden.....	59
<b>Tabel 4. 17</b> Alamat Rumah Responden.....	60
<b>Tabel 4. 18</b> Pekerjaan Responden .....	60
<b>Tabel 4. 19</b> Sumber Informasi Responden .....	61
<b>Tabel 4. 20</b> Jumlah Pembelian Pisau oleh Responden .....	61
<b>Tabel 4. 21</b> Hasil Uji Deskripsi atribut produk Pernyataan 1 .....	62
<b>Tabel 4. 22</b> Hasil Uji Deskripsi Atribut Produk Pertanyaan 2 .....	63
<b>Tabel 4. 23</b> Hasil Uji Deskripsi Atribut Produk Pertanyaan 2 .....	63
<b>Tabel 4. 24</b> Hasil Uji Deskripsi Atribut Harga Pertanyaan 1 .....	64
<b>Tabel 4. 25</b> Hasil Uji Deskripsi Atribut Harga Pertanyaan 2 .....	64
<b>Tabel 4. 26</b> Hasil Uji Deskripsi Atribut Produk Pertanyaan 3 .....	65
<b>Tabel 4. 27</b> Hasil Uji Deskripsi Atribut Tempat Pertanyaan 1.....	66
<b>Tabel 4. 28</b> Hasil Uji Deskripsi Atribut Tempat Pertanyaan 2.....	66

<b>Tabel 4. 29</b> Hasil Uji Deskripsi Atribut Tempat Pertanyaan 3.....	67
<b>Tabel 4. 30</b> Hasil Uji Deskripsi Atribut Promosi Pertanyaan 1 .....	67
<b>Tabel 4. 31</b> Hasil Uji Deskripsi Atribut Tempat Pertanyaan.....	68
<b>Tabel 4. 32</b> Hasil Uji Deskripsi Atribut Tempat Pertanyaan 3.....	69
<b>Tabel 4. 33</b> BMC UD HS SUHARTO .....	74
<b>Tabel 4. 34</b> BMC Usulan UD HS SUHARTO .....	75
<b>Tabel 1</b> Uji Validitas Atribut Produk .....	86
<b>Tabel 2</b> Hasil Uji Validitas Atribut Produk.....	86
<b>Tabel 3</b> Uji Validitas Atribut Harga.....	87
<b>Tabel 4</b> Hasil Uji Validitas Atribut Harga.....	87
<b>Tabel 5</b> Uji Validitas Atribut Tempat.....	87
<b>Tabel 6</b> Hasil Uji Validitas Atribut Tempat .....	87
<b>Tabel 7</b> Uji Validitas Atribut Promosi.....	88
<b>Tabel 8</b> Hasil Uji Validitas Atribut Promosi .....	88



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1.....	83
LAMPIRAN 2.....	90
LAMPIRAN 3.....	106
LAMPIRAN 4.....	107
LAMPIRAN 5.....	108
LAMPIRAN 6.....	109

