

ANALISIS MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK ROTI PADA PERUSAHAAN DIPO BAKERY DENGAN PENDEKATAN *ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS* (AHP) DAN *TECHNIQUE FOR ORDER PREFERENCE BY SIMILARITY TO IDEAL SOLUTION* (TOPSIS)

Alansyah Faturohman^{*1}, Ari Zaqi Al Faritsy²

Program Studi Teknik Industri, Universitas Teknologi Yogyakarta, Jl. Glagahsari No 63, Warungboto, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55164

e-mail: ^{*1}alansyahfaturohman@gmail.com, ²ari_zaqi@uty.ac.id

Abstrak

Dipo Bakery merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang industri makanan terletak di daerah Pendowoharjo, Sewon, Bantul. Perusahaan Dipo Bakery berfokus pada produksi roti. Perusahaan Dipo Bakery melakukan kegiatan pemasaran secara offline, yaitu dengan cara menitipkan ke outlet seperti warung, mini market, dan pasar. Perusahaan Dipo Bakery belum memiliki pemasaran secara online atau melalui marketplace sosial media karena tidak ada karyawan yang bertugas sebagai admin perusahaan serta minim penggunaan teknologi dalam proses penjualannya. Sehingga dengan keterbatasan teknologi, tidak memiliki jangkauan pasar yang luas menimbulkan daya saing dengan sesama produk roti semakin banyak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Faktor apa saja yang mempengaruhi strategi pemasaran dan memilih keputusan terhadap manajemen pemasaran produk roti menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* serta *Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution* untuk membantu mengambil keputusan alternatif terbaik dalam strategi pemasaran yang mampu diterapkan oleh perusahaan. Hasil penelitian ini diketahui faktor yang mempengaruhi berdasarkan analisa SWOT yaitu faktor internal yang terdiri dari variasi jenis roti, harga yang terjangkau, ketersediaan bahan baku, jangka kadaluwarsa produk, pemasaran yang belum optimal, dan kendala distribusi ke konsumen serta faktor eksternal yang terdiri dari adanya permintaan dari konsumen, terjadinya perkembangan teknologi, memiliki lokasi yang strategis, adanya persaingan perusahaan dengan produk sejenis, jangkauan pasar yang kurang luas, dan potensi terjadinya konflik. Sehingga alternatif terbaik dalam strategi pemasaran dari metode *Analytical Hierarchy Process* dengan skor rangking 36,43 yaitu perusahaan harus memanfaatkan teknologi informasi dengan baik yang dapat membantu dalam membuka peluang baru untuk mengenalkan produk kepada masyarakat, sedangkan alternatif terbaik dalam strategi pemasaran dari metode *Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution* dengan skor rangking 0,661 yaitu perusahaan harus mengembangkan dalam memberikan kepercayaan konsumen terhadap produknya.

Kata Kunci: *Pemasaran, Strategi, Analytical Hierarchy Process, Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution*

ANALYSIS OF MARKETING MANAGEMENT OF BREAD PRODUCTS AT DIPO BAKERY COMPANY USING ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP) AND TECHNIQUE FOR ORDER PREFERENCE BY SIMILARITY TO IDEAL SOLUTION (TOPSIS) APPROACHES

ABSTRACT

Dipo Bakery, situated in the Pendowoharjo area of Sewon, Bantul, operates within the food industry with a primary focus on bread production. The company engages in traditional offline marketing strategies, distributing its products through outlets such as stalls, mini markets, and local markets. Due to the absence of dedicated personnel to manage online marketing efforts and limited technological integration in the sales process, Dipo Bakery has yet to explore digital marketing or social media platforms. Consequently, the company faces challenges in expanding its market reach and competing effectively with other bakery products. This study seeks to identify key factors influencing marketing strategies and decision-making in the management of bread products. By employing the Analytical Hierarchy Process and Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution, the research aims to provide valuable insights for optimizing marketing strategies and enhancing the company's competitiveness. The findings of this study highlight various internal factors, including product variety, pricing, raw material availability, shelf life, suboptimal marketing practices, and distribution limitations, as well as external factors, such as consumer demand, identified through a comprehensive SWOT analysis.. from consumers, technological developments, having a strategic location, competition between companies with similar products, less extensive market reach, and the potential for conflict. So the best alternative in marketing strategy is the Analytical Hierarchy Process method with a ranking score of 36.43, namely that companies must make good use of information technology, which can help in opening up new opportunities to introduce products to the public, while the best alternative in marketing strategy is from the Technique for Order Preference method. Similar to Ideal Solution, which has a ranking score of 0.661, companies must develop to give consumers confidence in their products.

Keywords: Marketing, Strategy, Analytical Hierarchy Process, Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution

DAFTAR PUSTAKA

- Anas. 2019. *Apa Itu Analisis SWOT? Berikut Pengertian, Metode Analisis, dan Contohnya*. cpssoft. Diakses pada 27 Maret 2023. <https://cpssoft.com/blog/bisnis/pengertian-analisis-swot/>
- Badrawati, R. L. 2016. *Perencanaan Strategi Pemasaran Pellet Biomass Dengan Metode Strength, Weakness, Opportunity and Threat (SWOT) dan Analytical Hierarchy Process (AHP) (Studi Kasus di CV. Agro Jawa Dwipa Yogyakarta)*. Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Brawijaya, Malang.
- Gulitha. 2016. *Metode TOPSIS dalam Sistem Pendukung Keputusan*. anindyadev. Diakses pada 3 April 2023. <http://anindyadev.com/artikel/lainnya/metode-topsis-dalam-sistem-pendukung-keputusan.htm>
- Haryani, I. T. 2017. *Manajemen Pemasaran Rumah Makan Dewi Sri Manna Bengkulu Selatan Perspektif Pemasaran Ekonomi Islam*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN), Bengkulu.
- Irfanita, M.Y. 2020. *Opini - Perkembangan Teknologi Pada Bidang Pemasaran*. Kumparan. Diakses pada 4 Mei 2023. <https://kumparan.com/fanongg/opini-perkembangan-teknologi-pada-bidang-pemasaran-1twri96vyYl/4>
- Kotler, & Armstrong. 2004. *Bauran Pemasaran (Marketing mix)*. 2004.
- Kotler, & Armstrong. 2004. *Strategi Pemasaran atau Marketing*. 2004.
- Kotler, & Armstrong. 2012. *Dasar Dasar Pemasaran*. In Prenhalindo.
- Kotler. 1997. *Manajemen Pemasaran*. In S. M. Pemasaran, Konsep Alternatif Manajemen Pemasaran.
- Kurniawan, I. 2021. *IFAS-EFAS untuk Strategy Planning*. Binus University. Diakses pada 28 Maret 2023. <https://sis.binus.ac.id/2021/02/05/ifas-efas-untuk-strategy-planning/>
- Kurniawan, I. 2021. *Pairwise Comparison Matrix*. Binus University. Diakses pada 28 Maret 2023. <https://sis.binus.ac.id/2021/03/03/pairwise-comparison-matrix/>
- Lase, I. V. 2019. *Pemilihan Alternatif Lokasi Tempat Belajar Terbuka di Perguruan Tinggi Menggunakan Metode TOPSIS (Studi Kasus di Fakultas Pertanian UPN "Veteran" Yogyakarta)*. Fakultas Teknik Industri, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, Yogyakarta.
- Nandy. 2021. *Manajemen Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, Tugas, dan Konsep*. gramedia. Diakses pada 28 Maret 2023. <https://www.gramedia.com/literasi/manajemen-pemasaran/>
- Sritopia. 2017. *Harga Keseimbangan Sebagai Faktor Penting Elastisitas Permintaan dan Penawaran*. Quipper Indonesia. Diakses pada 4 Mei 2023. <https://www.quipper.com/id/blog/mapel/ekonomi/harga-keseimbangan-sebagai-faktor-penting-elastisitas-permintaan-dan-penawaran/>
- Syamril. 2021. *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Lakita Cell di Kota Makassar*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar.
- Theosofi, T. 2020. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Keripik Buah di Kota Malang*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Malang.
- Ukhrowi, Z. 2017. *Penentuan Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Analytic Network Process (ANP) dan Technique for Others Reference by Similarity to Ideal*

- Solution (TOPSIS) di CV. Rumah Warna*. Fakultas Sains Dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Wahyuningsih, L. T. 2011. Analisis Swot Dan Ahp Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Pasar Tradisional. Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Wahyuningsih, N. 2014. *Analisis Prioritas Strategi Bauran Pemasaran Minuman Kopi Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) dan Technique For Order Preference By Similarity To Ideal Solution (TOPSIS) (Studi Kasus Pada "Coffee Story Malang")*. Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Brawijaya, Malang.