

LAPORAN KERJA PRAKTEK
UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN
PRODUK INDOMIE DI TOKO GREENSMART
DENGAN METODE ANALISIS SWOT DAN
MARKETING MIX



Disusun Oleh:

Nama : Muh. Machfud Fitrah F.

NIM : 200601161

PROGAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK

2024

PRAKATA

Penulis mengucapkan rasa syukur yang besar kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran penulis untuk menyelesaikan laporan praktek kerja lapangan dengan judul **“UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK INDOMIE DI TOKO GREENSMART DENGAN METODE ANALISIS SWOT DAN *MARKETING MIX*”**.

Dengan adanya laporan praktek ini, menjadi bukti kongkret dari kerja praktek yang dilakukan penulis di Toko Greensmart dan sebagai kewajiban penulis untuk menuntaskan mata kuliah kerja praktek. Tidak lupa penulis mengucapkan beribu terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan karunia sehingga penulis dapat menuntaskan laporan Kerja Praktek.
2. Kedua orang tua yang tidak pernah berhenti mendoakan.
3. Bapak Harunur Rosyid, S.T., M.Kom selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Gresik.

4. Bapak Akhmad Wasiur Rizqi, S.T., M,T selaku Ketua Progam Studi Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Gresik.
5. Bapak Yanuar Pandu Negoro, S.T.,Mlog.,SCM selaku Dosen Pembimbing Praktek Kerja Lapangan.
6. Ibu Rika Amelia yang telah memberi izin dan pengalaman kerja di Toko Greensmart.
7. Semua teman Teknik Industri angkatan 2020 yang telah memberikan semangat ditengah-tengah tantangan dalam mengerjakan Kerja Praktek ini.

Penulis berharap laporan ini dapat menjadi acuan untuk laporan selanjutnya dan menjadikan laporan selanjutnya laporan yang lebih baik lagi

Gresik, 5 Juli 2024

Penulis

Machfud Fitrah

Muhammad Machfud Fitrah

NIM. 200601161



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PRAKATA	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Tujuan Praktik Kerja Lapangan	2
1.3.Manfaat Parktik Kerja Lapangan	3
1.4.Sistematika Penysuunan Laporan	5
BAB II. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	7
2.1.Sejarah singkat	7
2.2.Visi dan Misi.....	8
2.2.1. Visi	8
2.2.2. Misi.....	8
2.3.Alat perusahan.....	9
BAB III. TOPIK PEMBAHASAN	13
3.1.Latar Belakang Permasalahan.....	13
3.2.Rumusan Masalah.....	19

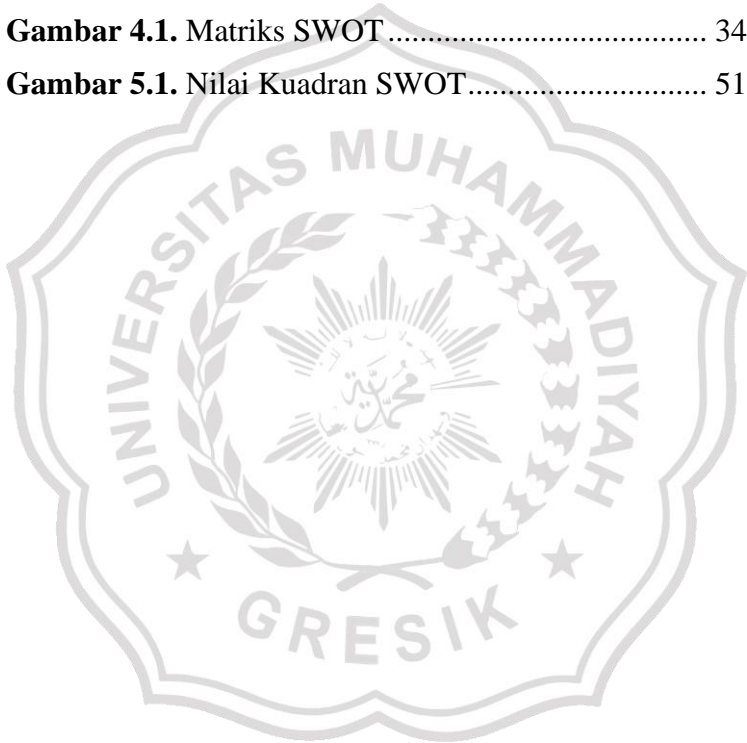
3.3.Tujuan Penelitian	20
3.4.Manfaat Penelitian	20
3.5.Batasan-batasan Penelitian.....	21
3.6.Asumsi-asumsi Penelitian.....	21
3.7.Skenario Penyelesaian Masalah	22
BAB IV. TINJAUAN PUSTAKA.....	29
4.1.Marketing <i>Mix</i>	29
4.2.Produk	29
4.3.Harga.....	30
4.4.Tempat	31
4.5.Promosi	31
4.6.IFAS-EFAS	32
4.7.Analisis SWOT	33
4.8.Matriks SWOT.....	33
4.9.Peneltian Terdahulu	35
BAB V. PEMBAHASAN.....	44
5.1.Analisis SWOT	44
5.2.Matriks <i>space</i>	48
5.3.Kuadran SWOT	50
5.4.Matriks SWOT.....	51
5.5.Alternatif Strategi.....	58
5.6.Penentuan Strategi <i>Marketing Mix</i>	60
5.6.1. Strategi produk	60
5.6.2. Strategi harga.....	61

5.6.3. Strategi lokasi	62
5.6.4. Strategi promosi	62
BAB VI. PENUTUP.....	63
6.1.Kesimpulan	63
6.2.Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	70



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Logo Greensmart.....	8
Gambar 2.2. Google Maps Lokasi PKL.....	12
Gambar 3.1. Flowchart Penelitian	22
Gambar 4.1. Matriks SWOT.....	34
Gambar 5.1. Nilai Kuadran SWOT.....	51



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Penjualan produk indomie bulan Januari-Maret	14
Tabel 3.2. Perbandingan harga indomie Greensmart dengan toko lain	15
Tabel 4.1. penelitian Terdahulu	35
Tabel 5.1. faktor-faktor IFAS-EFAS	45
Tabel 5.2. Matrik <i>space</i>	48
Tabel 5.3. matriks Analisis SWOT	52

