



# RANCANGAN STRATEGI PEMASARAN DI *MODERN RICE MILLING PLANT* PERUM BULOG SUBANG

**JUNITA IRIANTI SIMANJUNTAK**



**DEPARTEMEN TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN  
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2023**



## PERNYATAAN MENGENAI TUGAS AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tugas akhir dengan judul “Rancangan Strategi Pemasaran di *Modern Rice Milling Plant* Perum BULOG Subang” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tugas akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2023

Junita Irianti Simanjuntak  
NIM F34190023

@JunitaIrianti IPB University



## ABSTRAK

JUNITA IRIANTI SIMANJUNTAK. Rancangan Strategi Pemasaran di *Modern Rice Milling Plant* Perum BULOG Subang. Dibimbing oleh TAJUDDIN BANTACUT.

*Modern Rice Milling Plant* (MRMP) Subang di bawah naungan Perum BULOG merupakan perusahaan baru yang bisnis utamanya adalah pengolahan beras sehingga perlu dilakukan identifikasi terhadap kondisi manajemen pemasarannya. Proyek desain utama ini bertujuan untuk mengevaluasi kondisi pemasaran perusahaan dan mendapatkan rekomendasi-rekomendasi strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan. Kondisi pemasaran perusahaan dianalisis melalui strategi SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) yang nantinya memberikan rancangan strategi pemasaran dan dapat diukur kepentingannya dari skala prioritas utama hingga akhir dengan menggunakan analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Kemudian melakukan evaluasi variabel pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran pada pasar yang ditargetkan dengan strategi bauran pemasaran yaitu *product, price, promotion, place, dan people*. Strategi terakhir yang dilakukan adalah menganalisis merk yang dimiliki MRMP Subang agar merk produk memiliki keunggulan yang kompetitif dengan melakukan analisis strategi STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*). Melakukan *redesain* kemasan untuk variasi ukuran baru dengan tujuan meningkatkan pendapatan perusahaan. Perencanaan strategi pemasaran dan *redesain* kemasan diharapkan dapat memperkuat pemasaran perusahaan dan meningkatkan tingkat keuntungan penjualan.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, MRMP Subang, *redesain* kemasan, STP, SWOT

## ABSTRACT

JUNITA IRIANTI SIMANJUNTAK. Marketing Strategy Design at Perum BULOG Subang's *Modern Rice Milling Plant*. Supervised by TAJUDDIN BANTACUT.

*Modern Rice Milling Plant* (MRMP) Subang under the auspices of Perum BULOG is a new company whose main business is rice processing, so it is necessary to identify the condition of its marketing management. This capstone project aims to evaluate the condition of the company's marketing and obtain recommendations for the right marketing strategy for the company. The company's marketing condition is analyzed through the SWOT strategy (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) which will later provide a marketing strategy design and its importance can be measured from the top priority scale to the end using QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) analysis. Then evaluate the marketing variables used to achieve marketing objectives in targeted markets with a marketing mix strategy, namely *product, price, promotion, place, and group*. The final strategy is to analyze the brands owned by MRMP Subang so that the product brands have a competitive advantage by conducting STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) strategy analysis. Redesign packaging for new size variations with the aim of

increasing company revenue. Marketing strategy planning and packaging redesign are expected to strengthen the company's marketing and increase sales profit levels.

Keywords : Marketing mix, MRMP Subang, packaging redesign, STP, SWOT

@Hak cipta milik IPB University

IPB Univer



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



© Hak Cipta milik IPB, tahun 20XX  
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.*



# **RANCANGAN STRATEGI PEMASARAN DI *MODERN RICE MILLING PLANT* PERUM BULOG SUBANG**

**JUNITA IRIANTI SIMANJUNTAK**

Tugas Akhir  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Teknik pada  
Program Studi Teknik Industri Pertanian

**DEPARTEMEN TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN  
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2023**



**@Hak cipta milik IPB University**

Hak cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Tugas Akhir:

1. Prof. Dr. Ir. Marimin, M.Sc
2. Prof. Dr. Eng. Taufik Djatna, S.TP, M.Si



Judul Tugas Akhir : Rancangan Strategi Pemasaran di *Modern Rice Milling Plant* Perum BULOG Subang  
Nama : Junita Irianti Simanjuntak  
NIM : F34190023

Disetujui oleh

Pembimbing :  
Prof. Dr. Ir. Tajuddin Bantacut, M.Sc.



Digitally signed by:  
**Tajuddin Bantacut**  
[478C5D80AA1F8E8E]  
Date: 11 Agu 2023 16.13.58 WIB  
Verify at [dsign.ipb.ac.id](https://dsign.ipb.ac.id)

Diketahui oleh

Ketua Departemen  
Prof. Ono Suparno, S.TP, M.T  
NIP. 197212031997021001



Tanggal Ujian:  
7 Agustus 2023

Tanggal Lulus:





## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga laporan akhir proyek desain utama ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam proyek desain utama yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2023 sampai bulan Juni 2023 yaitu “Rancangan Strategi Pemasaran di *Modern Rice Milling Plant* Perum BULOG Subang”. Penyelesaian Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Ungkapan terima kasih penulis sampaikan kepada

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Tajuddin Bantacut, M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama pelaksanaan proyek desain utama ini.
2. MRMP BULOG pusat yang telah bersedia memberikan tempat dan kesempatan untuk melakukan proyek desain utama
3. Bapak Dany selaku *operation manager* dan para staf selama proyek desain utama di MRMP BULOG Subang.
4. Seluruh Dosen dan Tenaga Pendidik Departemen TIN yang telah mengajarkan banyak hal kepada penulis selama menempuh pendidikan sarjana.
5. Orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan doa dan kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan penuh tanggung jawab
6. Satria dan Royyan yang selalu membantu dan bekerjasama dengan baik dalam melakukan proyek desain utama
7. Seluruh sahabat dan teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu per satu.
8. Diri sendiri yang sudah berjuang untuk mencapai garis finis perkuliahan yaitu mendapat gelar S.T

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, 7 Agustus 2023

*Junita Irianti Simanjuntak*



## DAFTAR ISI

|   |           |
|---|-----------|
| DAFTAR TABEL                                      | x         |
| DAFTAR GAMBAR                                     | x         |
| DAFTAR LAMPIRAN                                   | x         |
| DAFTAR ISTILAH                                    | xi        |
| <b>I PENDAHULUAN</b>                              | <b>1</b>  |
| 1.1 Latar Belakang                                | 1         |
| 1.2 Rumusan Masalah                               | 1         |
| 1.3 Tujuan  | 2         |
| 1.4 Manfaat                                       | 2         |
| 1.5 Ruang Lingkup                                 | 2         |
| <b>II TINJAUAN PUSTAKA</b>                        | <b>3</b>  |
| 2.1 Pasar dan Pemasaran                           | 3         |
| 2.2 Strategi Pemasaran                            | 3         |
| 2.3 Redesain Kemasan                              | 5         |
| <b>III METODE</b>                                 | <b>6</b>  |
| 3.1 Waktu dan Tempat                              | 6         |
| 3.2 Tahapan Desain Keteknikan                     | 6         |
| 3.3 Pengumpulan Data                              | 8         |
| 3.4 Prosedur Analisis dan Pengolahan Data         | 8         |
| <b>IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>                    | <b>13</b> |
| 4.1 Hasil Eksplorasi dan Pendefinisian Masalah    | 13        |
| 4.2 Verifikasi Permasalahan dan Pernyataan Desain | 14        |
| 4.3 Hasil Ideasi                                  | 14        |
| 4.4 Pengembangan Prototipe dan Validasi           | 15        |
| 4.5 Keterbatasan dalam Proyek Desain Utama        | 34        |
| 4.6 Implikasi Manajerial                          | 34        |
| <b>V SIMPULAN DAN SARAN</b>                       | <b>36</b> |
| 5.1 Simpulan                                      | 36        |
| 5.2 Saran   | 36        |
| DAFTAR PUSTAKA                                    | 37        |
| LAMPIRAN  | 39        |
| RIWAYAT HIDUP                                     | 44        |



## DAFTAR TABEL

|   |   |    |
|---|---|----|
| 1 | Tabel 1 Metode pengolahan data  | 9  |
| 2 | Tabel 2 Hasil eksplorasi masalah pemasaran                            | 13 |
| 3 | Tabel 3 Matrik SWOT   | 16 |
| 4 | Tabel 4 Analisis faktor internal dan eksternal MRMP Subang            | 17 |
| 5 | Tabel 5 Hasil perhitungan nilai IFAS                                  | 18 |
| 6 | Tabel 6 Hasil perhitungan nilai EFAS                                  | 18 |
| 7 | Tabel 7 Strategi SO (Strength-Opportunity)                            | 20 |
| 8 | Tabel 8 Hasil perhitungan QSPM  | 32 |
| 9 | Tabel 9 Hasil validasi prototipe terhadap kebutuhan desain keteknikan | 34 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |   |    |
|---|---|----|
| 1 | Gambar 1 Tahapan desain keteknikan      | 6  |
| 2 | Gambar 2 Diagram kartesius matrik SWOT  | 11 |
| 3 | Gambar 3 Proses bisnis MRMP Subang      | 14 |
| 4 | Gambar 4 Kerangka operasional           | 15 |
| 5 | Gambar 5 Grafik kartesius analisis SWOT | 19 |
| 6 | Gambar 6 Sketsa desain kemasan          | 30 |
| 7 | Gambar 7 Desain kemasan baru            | 33 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |                                   |    |
|---|-----------------------------------|----|
| 1 | Lampiran 1 Hasil perhitungan QSPM | 40 |
|---|-----------------------------------|----|

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## DAFTAR ISTILAH

|                             |   |   |
|-----------------------------|---|---|
| <i>Attractiveness Score</i> | : | <i>Attractiveness Score</i> fokus pada skor atau nilai yang diberikan pada setiap faktor kristis keberhasilan dalam matriks QSPM                              |
| Bauran pemasaran            | : | Strategi pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran dengan menganalisis setiap elemen perusahaan  |
| Kemasan                     | : | Wadah yang digunakan untuk mengemas dan melindungi produk   |
| People                      | : | Semua individu tau kelompok yang terlibat dalam interaksi dengan pelanggan  |
| Place                       | : | Merujuk pada elemen yang terkait dengan distribusi produk atau layanan ke target pasar  |
| Price                       | : | Elemen yang terikat dengan penetapan harga produk yang ditawarkan perusahaan kepada pasar   |
| Product                     | : | Semua barang atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen dan target pasar  |
| Promotion                   | : | Semua aktivitas dan komunikasi yang dilakukan perusahaan untuk memperkenalkan, menginformasikan, dan mempengaruhi target pasar tentang produk yang ditawarkan |
| QSPM                        | : | Metode yang digunakan untuk menyusun strategi dan mengevaluasi alternatif strategi berdasarkan skala prioritas  |
| Redesain                    | : | Kegiatan merancang kembali suatu produk dengan tujuan adanya perusahaan fisik tanpa merubah fungsinya   |
| STP                         | : | Segmenting, Targeting, Positioning adadalah metode yang digunakan untuk memposisikan suatu merek dengan sedemikian jelas                                      |
| SWOT                        | : | Metode analisis strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk mengevaluasi posisi perusahaan dalam lingkungan bisnis atau pasar tertentu                      |

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.