

# RANCANGAN USAHA SIRUP MARTEBE DARI MARKISA DAN TERONG BELANDA

Oleh:  
Afriza Nur Hartanti  
07512134016

## ABSTRAK

Proyek akhir ini bertujuan untuk: (1) Merencanakan usaha sirup martebe, (2) Mengetahui IFAS dan EFAS dari sirup martebe, (3) Mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) sirup martebe, (4) Menentukan strategi usaha sirup martebe, (5) Mengimplementasikan strategi usaha sirup martebe, dan (6) Mengevaluasi implementasi usaha sirup martebe.

Penelitian dilakukan di Laboratorium Produksi Teknik Boga, Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta. Tahapan penelitian meliputi rancangan usaha sirup martebe, perencanaan produksi, pemasaran dan keuangan, menentukan IFAS dan EFAS, membuat matrik SWOT berdasarkan data dari IFAS dan EFAS, menentukan strategi sirup martebe, mengimplementasikan sirup martebe dan mengevaluasi implementasi usaha sirup martebe.

Hasil penelitian adalah: (1) Perencanaan usaha sirup martebe berada di Jl. Wahid Hasim Gang Menur No.77 B, Ngropoh Depok Sleman Yogyakarta, produksi sirup martebe dalam 1 bulan 800 botol, pemasaran sirup martebe dengan menggunakan strategi SO (*Strength-Opportunities*) dan keuntungan yang diperoleh selama 1 tahun Rp. 28.218.750, (2) Berdasarkan internal-eksternal matrik, total skor IFAS = 3,15 dan EFAS = 3,05 nampak bahwa nilai tukar skor IFAS lebih berpengaruh terhadap pemasaran sirup martebe, (3) Matrik SWOT yang digunakan adalah kekuatan meliputi produk tahan lama, mempunyai kandungan vitamin C, tanpa pemanis dan pewarna buatan sedangkan peluang meliputi belum ada produk sirup martebe di pasaran, menambah variasi produk olahan sirup dan produk sirup martebe banyak disukai oleh konsumen, (4) Alternatif strategi pemasaran produk sirup martebe berdasarkan model analisis SWOT yang digunakan menggunakan metode SO (*Strength-Opportunities*) yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, (5) Implementasi alternatif strategi pemasaran SO yang digunakan dalam pemasaran produk sirup martebe yaitu dengan cara memberikan informasi tentang produk secara langsung kepada konsumen (*personal selling*), memberikan sampel/ccontoh produk untuk dicoba, penetapan harga jual relatif terjangkau, menampilkan informasi gizi yang terkandung pada produk kepada konsumen, (6) Evaluasi implementasi strategi pemasaran dengan strategi SO menunjukkan bahwa pemasaran produk sirup martebe dengan harga jual sebesar Rp.13.500,-/botol (@630ml) dan BEP sebesar 334 botol selama satu bulan mencapai hasil 861 botol dengan total penjualan Rp 11.016.000,- selama satu bulan, dengan demikian dapat diketahui bahwa strategi pemasaran SO (*Strength-Opportunities*) yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang diterapkan sudah berhasil dengan baik.

## **DESIGN EFFORT AND PASSION FRUIT SYRUP EGGPLANT MARTEBE DUTCH DARTS**

**By**  
**Afriza Nur Hartanti**  
**07512134016**

### **ABSTRACT**

This final project aims at: (1) Planning martebe syrup business, (2) Knowing IFAs and EFAS of martebe syrup, (3) Knowing the strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT) martebe syrup, (4) Determine business strategy syrup martebe, (5) Implementing the business strategy martebe syrup, and (6) Evaluate the implementation effort martebe syrup.

Research conducted at the Production Laboratory of Engineering Boga, Faculty of Engineering, State University of Yogyakarta. Stages of research include the design effort martebe syrup, production planning, marketing and finance, determine IFAs and EFAS, making the SWOT matrix based on data from IFAs and EFAS, determine strategies martebe syrup, syrup martebe implement and evaluate the implementation effort martebe syrup.

The results are: (1) Business Planning martebe syrup in Wahid Hasim Street, Menur Lane, No.77 B, Ngropoh Depok Sleman Yogyakarta, martebe syrup production within 1 month of 800 bottles, syrup martebe marketing using SO strategy (*Streight-Opportuniess*) and benefits for 1 year Rp. 28,218,750, (2) Based on the internal-external matrix, the total score of IFAs = 3.15 and EFAS = 3.05 seems that the exchange rate affects the score more IFAs marketing martebe syrup, (3) used the SWOT Matrix is the strength of the product include durable, have a vitamin C content, with no artificial sweeteners and coloring while the opportunities covers no martebe syrup products in the market, adding a variety of processed products martebe syrup and syrup products preferred by many consumers, (4) Alternative martebe syrup product marketing strategy based on the analysis model SWOT used method SO (*Streight-Opportunities*) that is using force to take advantage of opportunities, (5) Implementation SO alternative marketing strategies used in marketing products martebe syrup that is with provide information ways about products directly to consumers (personal selling), gives sample / sampling products to try, setting the selling price is relatively affordable, displaying information contained at nutritional products to consumers. (6) Evaluation of the marketing implementation strategy with marketing strategy shows that SO martebe syrup product with the price of the selling price of Rp.13.500, -/bottles (@ 630ml) and BEP for 334 bottles for a month to reach the 861 bottles with a total sales of USD 11 016. 000, - for one month, thus it can be seen that the marketing strategy of SO (*Streight-Opportunities*) who use power to take advantage of opportunities that have successfully implemented properly.