

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BOOTH
PAMERAN DI CV. XYZ DENGAN METODE SWOT
DAN QSPM**

SKRIPSI

Oleh:

Fajar Sasi Samudera

201910215076



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BOOTH
PAMERAN DI CV. XYZ DENGAN METODE SWOT
DAN QSPM**

SKRIPSI

Oleh:

Fajar Sasi Samudera

201910215076



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis strategi pemasaran Booth pameran di
CV. XYZ dengan metode SWOT dan QSPM

Nama Mahasiswa : Fajar Sasi Samudera

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910215076

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Juli 2023

Bekasi, 01 Juli 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Ismaniah, S.Si., M.M.
NIDN 0309036503



Tubagus Hedi Saepudin, S.T.
NIDN 0413117602

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis pemasaran Booth pameran di CV. XYZ
dengan metode SWOT dan QSPM

Nama Mahasiswa : Fajar Sasi Samudera

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910245076

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Juli 2023

Bekasi, 27 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Widya Spalanzani, S.T., M.T.
NIDN 0331019401


Penguji I : Didin Sjarifudin, S.T., M.T.
NIDN 0331126804


Penguji II : Dr. Ismaniah, S.Si., M.M.
NIDN 0309036503

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Teknik Industri

Dekan
Fakultas Teknik


Ir. Zulkani Sinaga, M.T.
NIDN 0331016905


Dr. Tulus Sukreni, S.T., M.T.
NIDN 0309036503

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul

Analisis strategi pemasaran Booth pameran di CV. XYZ dengan metode SWOT dan QSPM ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 24 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Fajar Sasi Samudera
201910215076

ABSTRAK

Fajar Sasi Samudera. 201910215076. Analisis strategi pemasaran Booth pameran di CV. XYZ dengan metode SWOT dan QSPM.

Permasalahan tersebut, CV.XYZ berharap untuk dapat meningkatkan penjualan *Booth*. Oleh karena itu butuh metode pemasaran yang harus dilakukan untuk meningkatkan penjualan CV.XYZ. Metode yang dipergunakan adalah SWOT dan QSPM. Strategi ini baik untuk mengukur internal dan eksternal perusahaan sehingga perusahaan dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada perusahaan CV.XYZ dan juga pada metode QSPM perusahaan bisa lebih mudah untuk mengambil suatu keputusan yang tepat dalam mengolah produk yang akan dibuat. Hasilnya menunjukkan beberapa perhitungan dalam pengolahan data, maka dari itu pembahasan yang berisi tahapan pengolahan, analisis data dan perhitungan QSPM, dalam analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan *Booth* dengan metode SWOT.

Kata kunci : SWOT, QSPM, Pemasaran

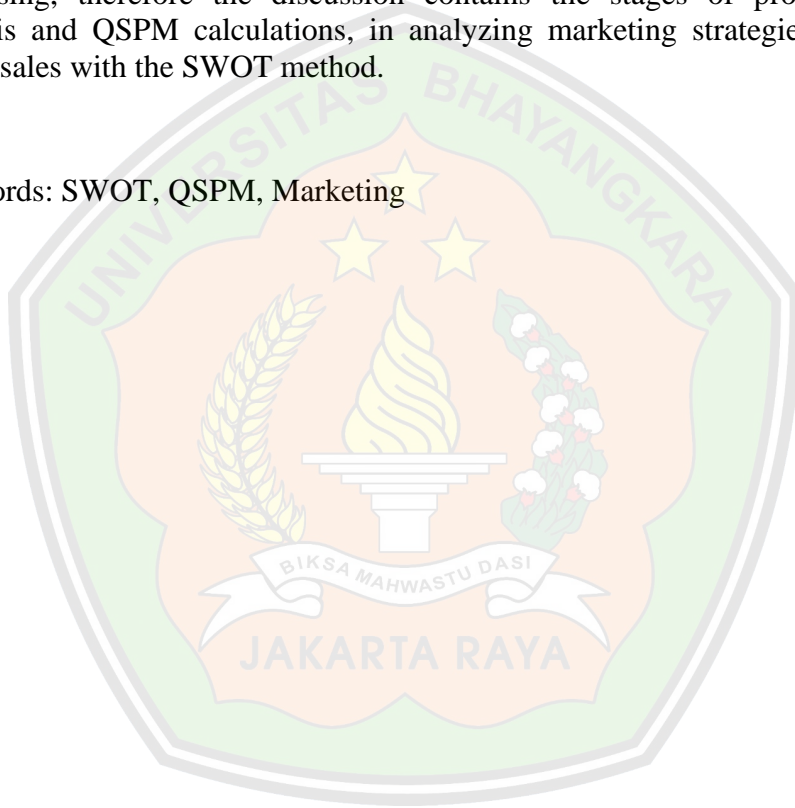


ABSTRACT

Fajar Sasi Samudera. 201910215076. Analysis of exhibition booth marketing strategies at CV. XYZ with SWOT and QSPM methods.

Due to these problems, CV.XYZ hopes to increase Booth sales. Therefore, it needs marketing methods that must be done to increase CV.XYZ sales. The methods used are SWOT and QSPM. This strategy is good for measuring the internal and external of the company so that the company can find out the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the CV.XYZ company and also in the QSPM method the company can more easily make the right decision in developing the product to be made. The results show some calculations in data processing, therefore the discussion contains the stages of processing, data analysis and QSPM calculations, in analyzing marketing strategies to increase Booth sales with the SWOT method.

Keywords: SWOT, QSPM, Marketing



LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fajar Sasi Samudera
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910215076
Program Studi : Teknik Industri
Jenis Karya : Skripsi / Tesis / Karya Ilmiah

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Hak bebas Non-Eksklusif (*Non Exclusive Royalty-Free Right*), atas skripsi yang berjudul:

ANALISIS PEMASARAN BOOTH PAMERAN DI CV. XYZ DENGAN METODE SWOT DAN QSPM

Beserta perangkat yang ada (bila diperlukan) dengan hak yang bebas royalti non-eksklusif ini. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikan dan menampilkan publikasinya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu permintaan izin dari saya sebagai pemilik hak cipta. Segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam skripsi ini menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : BEKASI

Pada Tanggal : 02 Agustus 2023

Yang Menyatakan,



Fajar Sasi Samudera

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas berkah rahmat dan hidayah – nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan roposal skripsi dengan judul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BOOTH PAMERAN DI CV. XYZ DENGAN METODE SWOT DAN QSPM”. Sebagai syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada program sarjana teknik industri Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dalam penyusunan penulisan skripsi ini banyak sekali rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya penulis dapat melaluinya berkat bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Tujuan penulisan skripsi ini untuk memberikan pengetahuan kepada pembaca mengenai analisis strategi pemasra di CV.XYZ. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol.(Purn), Dr. Bambang Karsono, S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Tulus Sukreni, S.T., M.T. Selaku Dekan Fakultas Teknik, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Zulkani Sinaga, S.T., M.T. Selaku Ketua Jurusan Teknik Industri, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Rifda Ilahy Rosihan, S.T., M.Sc. Selaku Dosen Pendamping Akademik TID A1 Regular Pagi.
5. Ibu Dr. Ismaniah, S.Si., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Pertama.
6. Bapak Tubagus Hedi Saepudin, S.T., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Kedua.
7. Orang tua yang telah memberikan motivasi, dukungan moril dan finansial selama penyusunan skripsi ini.
8. Kepada teman - teman “ROBOT” angkatan 2019 yang selalu memberikan dukungan serta ide, motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam menyusun laporan ini, oleh karena itu diharapkan kritik dan saran yang bertujuan untuk perbaikan

dimasa yang akan datang membantu dari pembaca. Akhir kata penulis berharap
semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca

Bekasi, 02 Juli 2023



Fajar Sasi Samudera



DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Batasan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.7 Tempat dan Waktu Penelitian	7
1.8 Metode Penelitian	7
1.9 Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Pemasaran	9
2.2 Produk	10

x

2.3	Definisi Strategi Pemasaran	10
2.4	Promosi.....	12
2.5	Uji Validitas	12
2.6	Uji Reliabilitas.....	13
2.7	IFAS dan EFAS.....	14
2.8	Analisis SWOT (<i>Strengths, Weaknes, Opportunities, Threats</i>)	16
2.9	Analisis QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>)	20
2.10	Penelitian Terdahulu.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		26
3.1	Jenis Penelitian	26
3.2	Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	26
3.2.1	Uji Validitas	27
3.2.2	Uji Reliabilitas	27
3.2.3	Waktu dan Lokasi Penelitian	28
3.2.4	Metode Pengumpulan Data.....	28
3.2.5	Metode Pengambilan Sampel.....	28
3.2.6	Teknik Pengolahan Data.....	29
3.3	Kusioner	29
3.4	<i>Flowchart</i> Penelitian	32
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		33
4.1	Profil Perusahaan.....	33
4.2	Kerangka Karakteristik Responden Usia dan Jenis Kelamin.....	34
4.3	Pengolahan Data.....	35
4.3.1	Uji Validitas	35
4.3.2	Uji Reliabilitas	36
4.4	Analisis Data SWOT	37
4.4.1	Analisis strategi internal dan eksternal	37
4.4.2	Internal eksternal matrix	45

4.4.3	Formulasi strategi.....	47
4.5	Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)	48
4.6	Pembahasan	58
BAB V PENUTUP.....		63
5.1	Kesimpulan.....	63
5.2	Saran	64
DAFTAR PUSTAKA		65
LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Produk Booth Pesaing Dan Yang Diteliti Di Daerah Kota Bekasi	15
Tabel 1. 2 Penjualan Booth Di CV. XYZ	16
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Usia	46
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4. 3 Tabel Penilaian Validitas	47
Tabel 4. 4 Tingkat Keandalan Cronbach's Alpha	48
Tabel 4. 5 Tabel Uji Reabilitas	49
Tabel 4. 6 Analisis SWOT pada CV.XYZ	49
Tabel 4. 7 IFAS (Internal Factor Analysis Summary) pada CV.XYZ	52
Tabel 4. 8 EFAS (External Factor Analysis Summary) pada CV.XYZ	54
Tabel 4. 9 Analisis Matriks SWOT	57
Tabel 4. 10 QSPM Strategi S-O	60
Tabel 4. 11 QSPM Strategi S-T	62
Tabel 4. 12 QSPM Strategi W-O	65
Tabel 4. 13 QSPM Strategi W-T	67
Tabel 4. 14 Alternatif Strategi	70
Tabel 4. 15 Alternatif Strategi	73

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Grafik Internal Perusahaan.....	15
Gambar 3. 1 Kerangka Berfikir.....	16



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Bimbingan

Lampiran 2 Kartu Bimbingan

Lampiran 3 Plagiarisme

Lampiran 4 Notulensi Wawancara

Lampiran 5 Data Hasil Kusioner SWOT

Lampiran 6 Biodata Mahasiswa

