

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN  
UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PAKAIAN  
DENGAN METODE SWOT DAN AHP DI TOKO  
ALYA**

**SKRIPSI**

Oleh:

**HAFIZH RIZARAHMAN**

**201910215205**



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

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN  
UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PAKAIAN  
DENGAN METODE SWOT DAN AHP DI TOKO  
ALYA**

**SKRIPSI**

Oleh:

**HAFIZH RIZARAHMAN**

**201910215205**



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

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pakaian Dengan Metode SWOT dan AHP Di Toko Alya

Nama Mahasiswa : Hafizh Rizarahman

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910215205

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2023

Bekasi, 24 Juli 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II



Roberta Heni Anggit, S.T., M.T.  
NIDN 0314078801



Ratna Suminar S, S.T., M.M.  
NIDN 0214047502

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pakaian Dengan Metode SWOT dan AHP Di Toko Alya

Nama Mahasiswa : Hafizh Rizarahman

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910215205

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2023

Bekasi, 24 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Alloysius Vendhi Prasmoro, S.T., M.T. .....  
NIDN 0317117905

Penguji I : Rifki Muhendra, S.Si., M.Si .....  
NIDN 0331016905


Penguji II : Roberta Heni Anggit, S.T., M.T. .....  
NIDN 0314078801

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Teknik Industri

  
Ir. Zulkani Sinaga, M.T.  
NIDN 0331016905

Dekan  
Fakultas Teknik

  
Dr. Tulus Sukreni, S.T., M.T.  
NIDN 0324047505

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul

Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pakaian Dengan Metode SWOT dan AHP Di Toko Alya 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 dikemudian 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, 11 Februari 2023

Yang membuat pernyataan,



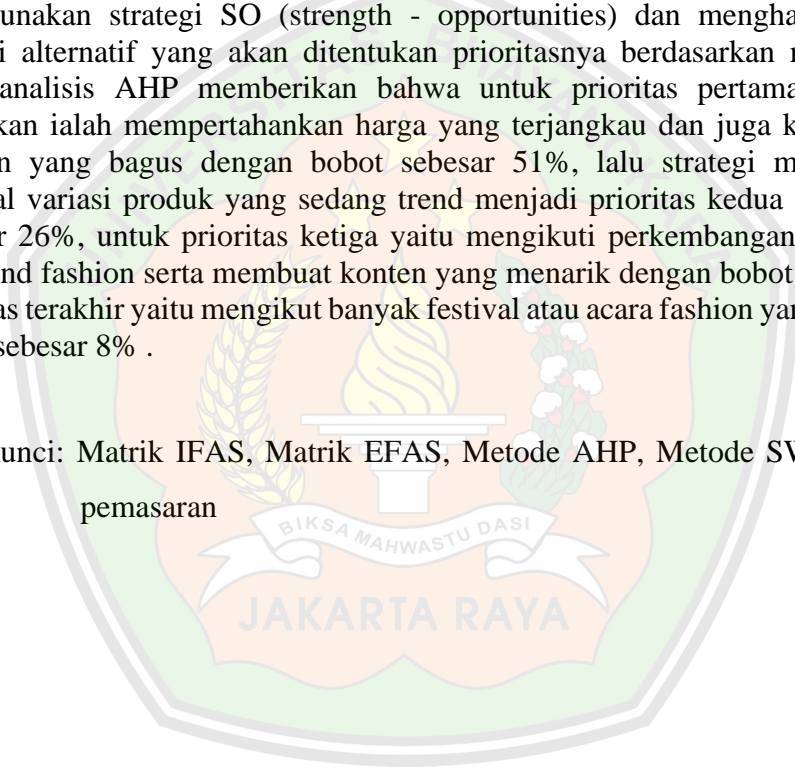
**Hafizh Rizarahman**  
201910215205

## ABSTRAK

**Hafizh Rizarahman. 201910215205.** Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pakaian Dengan Metode SWOT dan AHP Di Toko Alya.

Toko Alya merupakan usaha yang bergerak di bidang industri pakaian. Permasalahan yang dihadapi Toko Alya yaitu terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penurunan omset selama satu tahun pada periode Februari 2022 sampai Januari 2023. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor yang menjadi pengaruh menurunnya omset penjualan dan juga untuk mendapatkan strategi pemasaran yang baik di Toko Alya. Analisis SWOT dan AHP merupakan metode yang digunakan untuk menyelesaikan masalah yang ada pada Toko Alya. Hasil dari analisis SWOT bahwa Toko Alya berada pada kuadran satu yang menggunakan strategi SO (strength - opportunities) dan menghasilkan empat strategi alternatif yang akan ditentukan prioritasnya berdasarkan metode AHP. Hasil analisis AHP memberikan bahwa untuk prioritas pertama yang harus dilakukan ialah mempertahankan harga yang terjangkau dan juga kualitas bahan pakaian yang bagus dengan bobot sebesar 51%, lalu strategi memperbanyak menjual variasi produk yang sedang trend menjadi prioritas kedua dengan bobot sebesar 26%, untuk prioritas ketiga yaitu mengikuti perkembangan sosial media dan trend fashion serta membuat konten yang menarik dengan bobot sebesar 15%, prioritas terakhir yaitu mengikut banyak festival atau acara fashion yang ada dengan bobot sebesar 8% .

Kata kunci: Matrik IFAS, Matrik EFAS, Metode AHP, Metode SWOT, strategi pemasaran

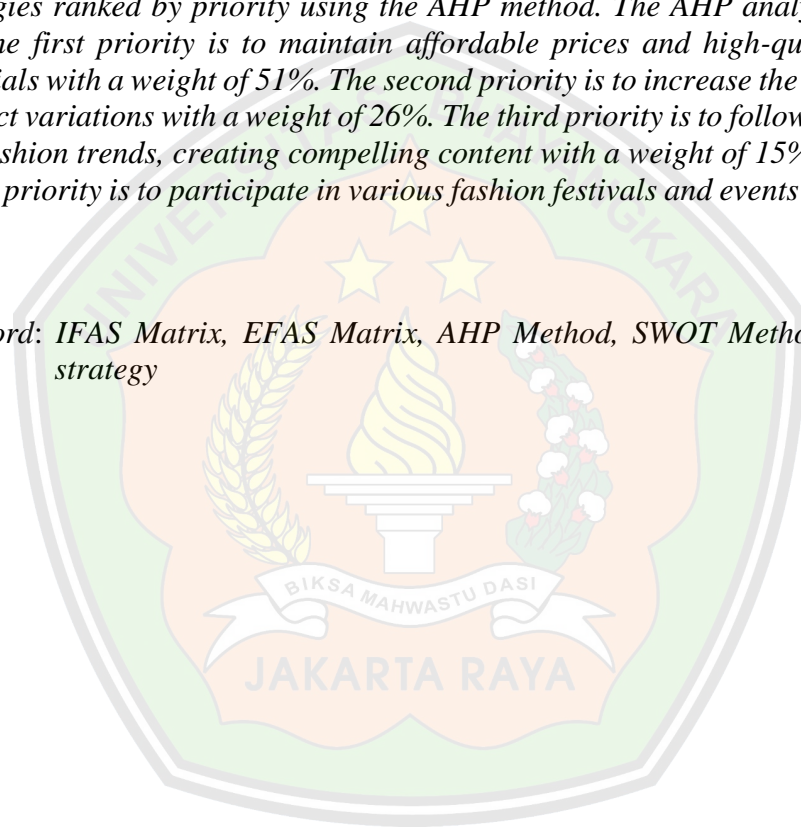


## ABSTRACT

**Hafizh Rizarahman. 201910215205.** *Marketing Strategy Analysis To Increase Clothing Sales Using The SWOT And AHP Methods At Alya's Store.*

*Alya Store is a clothing industry business. The issue faced by Alya Store is the decline in sales revenue over the course of one year, from February 2022 to January 2023. The research objective is to identify the factors influencing the decline in sales revenue and to develop an effective marketing strategy for Alya Store. The SWOT and AHP analyses are employed to address the challenges faced by Alya Store. The SWOT analysis revealed that Alya Store falls in quadrant one, utilizing the SO (Strength-Opportunities) strategy, resulting in four alternative strategies ranked by priority using the AHP method. The AHP analysis indicated that the first priority is to maintain affordable prices and high-quality clothing materials with a weight of 51%. The second priority is to increase the sale of trendy product variations with a weight of 26%. The third priority is to follow social media and fashion trends, creating compelling content with a weight of 15%. Finally, the fourth priority is to participate in various fashion festivals and events with a weight of 8%.*

*Keyword: IFAS Matrix, EFAS Matrix, AHP Method, SWOT Method, marketing strategy*



## **LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

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

Nama : Hafizh Rizarahman  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910215205  
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 STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN  
PENJUALAN PAKAIAN DENGAN METODE SWOT DAN AHP DI TOKO  
ALYA**

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 : 11 Februari 2023

Yang menyatakan,

  
Hafizh Rizarahman



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penulisan sebagaimana mestinya. Skripsi ini berjudul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PAKAIAN DENGAN METODE SWOT DAN AHP DI TOKO ALYA”**.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam menempuh mata kuliah skripsi di Program Studi Teknik Industri Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Pada kesempatan ini pula, penulis bermaksud mengutarakan rasa terima kasih serta apresiasi yang setinggi-tingginya kepada pihak-pihak yang turut berkontribusi juga memberikan motivasi hingga skripsi ini selesai dengan baik. Oleh karena itu, ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr., Drs., 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 Ir. Zulkani Sinaga, M.T., selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Ratna Suminar S, S.T., M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik kelas TIDA4 angkatan 2019 dan sekaligus Dosen Pembimbing II yang telah memberikan semangat serta motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan Skripsi ini.
5. Roberta Heni Anggit Tanisri, S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing I yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
6. Pemilik Toko Alya yang telah memberikan banyak informasi untuk pengumpulan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini sekaligus memberikan pengalaman sosial serta ilmu.

7. Kedua orang tua, adik-kakak, serta keluarga besar penulis. Terima kasih sudah banyak membantu penulis dan mendoakan, memberi support dan motivasi yang membangkitkan semangat kepada penulis sampai penyusunan Skripsi ini selesai.
8. Kepada teman-teman penulis khususnya kelas TIDA4 angkatan 2019 dan teman-teman Mahasiswa Fakultas Teknik, Program Studi Teknik Industri, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang selalu membantu dan memberikan motivasi dalam penyusunan Skripsi ini.
9. Kepada teman di sekitar rumah saya khususnya Randy dan Akhdan yang selalu memberikan saya motivasi dalam menyusun Skripsi ini.

Penyusun menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan Skripsi, Oleh karena itu penyusun mengharapkan kritikan dan saran yang bersifat membangun. Semoga laporan ini dapat memberi manfaat bagi penyusun dan juga pembaca.

Bekasi, 11 Februari 2023



Hafizh Rizarahman  
201910215205

# DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Batasan Masalah.....	5
1.5 Tujuan Penelitian .....	5
1.6 Manfaat Penelitian .....	5
1.7 Waktu dan Lokasi Penelitian .....	6
1.8 Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>8</b>
2.1 Definisi Pemasaran.....	8
2.2 Manajemen Pemasaran.....	9
2.3 Strategi Pemasaran .....	11
2.4 Fungsi Pemasaran .....	12
2.5 Tujuan Pemasaran .....	13

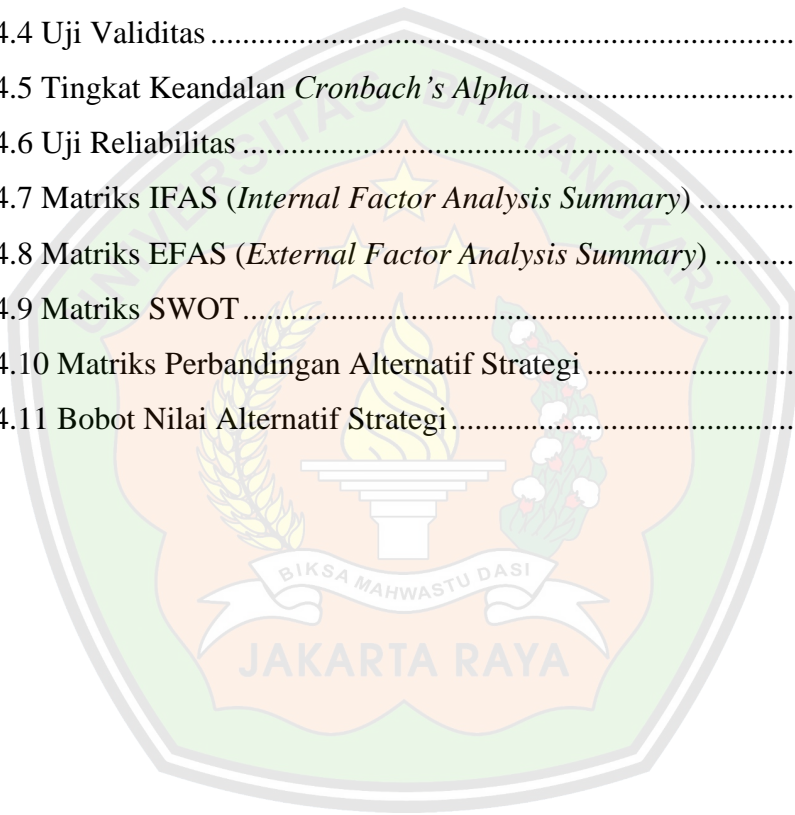
2.6	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Omzet Penjualan .....	14
2.7	Bauran Pemasaran .....	14
2.8	Metode SWOT .....	15
2.8.1	Pengertian SWOT .....	15
2.8.2	Matriks IFAS dan EFAS .....	18
2.8.3	Matriks SWOT .....	19
2.8.4	Diagram SWOT .....	20
2.9	Metode AHP .....	22
2.10	Penelitian Terdahulu .....	22
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>31</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	31
3.2	Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data .....	31
3.2.1	Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.2.2	Teknik Pengolahan Data .....	33
3.3	Kerangka Berpikir .....	36
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>37</b>
4.1	Profil Perusahaan .....	37
4.2	Analisis Situasi Bisnis .....	38
4.2.1	Analisis Internal .....	38
4.2.2	Analisis Eksternal .....	40
4.3	Analisis SWOT .....	41
4.3.1	Analisis Lingkungan Internal .....	42
4.3.2	Analisis Lingkungan Eksternal .....	43
4.4	Data Hasil Kuesioner .....	44
4.5	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	45
4.6	Matriks IFAS dan EFAS .....	47
4.6.1	Matriks IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Summary</i> ) .....	47
4.6.2	Matriks EFAS ( <i>External Factor Analysis Summary</i> ) .....	49
4.7	Matriks SWOT .....	54
4.8	Analisis AHP .....	56

<b>BAB V PENUTUP</b> .....	62
5.1 Kesimpulan .....	62
5.2 Saran.....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	65
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Toko Alya .....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3.1 Rancangan Kuesioner .....	33
Tabel 4.1 Kekuatan dan Kelemahan .....	42
Tabel 4.2 Peluang dan Ancaman.....	43
Tabel 4.3 Gambaran Umum Responden .....	45
Tabel 4.4 Uji Validitas .....	46
Tabel 4.5 Tingkat Keandalan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	46
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas .....	47
Tabel 4.7 Matriks IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Summary</i> ) .....	48
Tabel 4.8 Matriks EFAS ( <i>External Factor Analysis Summary</i> ) .....	50
Tabel 4.9 Matriks SWOT .....	54
Tabel 4.10 Matriks Perbandingan Alternatif Strategi .....	58
Tabel 4.11 Bobot Nilai Alternatif Strategi .....	59



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.2 Data Perbandingan Penjualan .....	3
Gambar 2.1 Matriks SWOT .....	20
Gambar 2.2 Diagram Analisis SWOT .....	21
Gambar 3.1 Kerangka Berpikir .....	36
Gambar 4.1 Diagram SWOT .....	53
Gambar 4.2 Struktur Hirarki .....	57



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Toko Alya
- Lampiran 2 : Toko Alya
- Lampiran 3 : Data Kuesioner
- Lampiran 4 : Data Kuesioner
- Lampiran 5 : Data Kuesioner
- Lampiran 6 : Data Kuesioner
- Lampiran 7 : Data Kuesioner
- Lampiran 8 : Data Kuesioner
- Lampiran 9 : Data Kuesioner
- Lampiran 10 : Data Kuesioner
- Lampiran 11 : Data Kuesioner
- Lampiran 12 : Data Kuesioner
- Lampiran 13 : Data Tabulasi
- Lampiran 14 : Uji Validitas
- Lampiran 15 : Uji Reliabilitas
- Lampiran 16 : Data *Brainstorming* AHP
- Lampiran 17 : Data Tabulasi AHP
- Lampiran 18 : Tabel R
- Lampiran 19 : Plagiasi
- Lampiran 20 : Biodata
- Lampiran 21 : Kartu Bimbingan Mahasiswa

