

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK  
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA CV  
NA.LABS DENGAN MENGGUNAKAN METODE  
SWOT DAN QSPM**

**SKRIPSI**

Oleh:

**MUHAMMAD EGA SETIA ERLANGGA**

**201910215220**



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

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK  
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA CV  
NA.LABS DENGAN MENGGUNAKAN METODE  
SWOT DAN QSPM**

**SKRIPSI**

Oleh:

**MUHAMMAD EGA SETIA ERLANGGA**

**201910215220**



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

## LEMBAR PERSUTUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada CV NA.LABS Dengan Menggunakan Metode SWOT Dan QSPM

Nama Mahasiswa : Muhammad Ega Setia Erlangga

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910215220

Progam Studi / Fakultas : Teknik Industri / Teknik

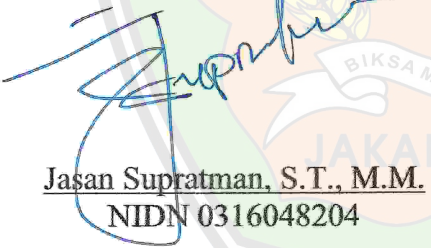
Tanggal Lulus Sidang Skripsi : 24 Juli 2023


Bekasi, 27 Juli 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Jasan Supratman, S.T., M.M.  
NIDN 0316048204

  
Widya Spalanzani, S.T., M.T.  
NIDN 0331019401

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada CV NA.LABS Dengan Menggunakan Metode SWOT Dan QSPM

Nama Mahasiswa : Muhammad Ega Setia Erlangga

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910215220

Program Studi / Fakultas : Teknik Industri / Teknik

Tanggal Lulus Sidang Skripsi : 24 Juli 2023

Bekasi, 27 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Yayan Saputra, S.T., M.T.  
NIDN 0327017902

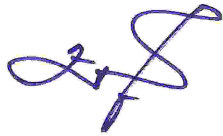
Penguji I : Dr. Ismaniah, S.Si., M.M.  
NIDN 0309036503

Penguji II : Jasan Supratman, S.T., M.T.  
NIDN 0316048204

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Teknik Industri

Dekan  
Fakultas Teknik

  
Ir. Zulkani Sinaga, M.T.  
NIDN 0331016905

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

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul,

“Analisis Strategi Pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan Pada NA.LABS Dengan Menggunakan 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.

Bekasi, 24 Juli 2023,

Yang Membuat Pernyataan,

  
Muhammad Ega Setia Erlangga

201910215220

## ABSTRAK

**Muhammad Ega Setia Erlangga. 201910215220.** Analisa Strategi Pemasaran Pada NA.LABS Guna Meningkatkan Volume Penjualan.

Penelitian ini tentang menganalisis tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman untuk mengidentifikasi menurunnya volume penjualan pada CV NA.LABS. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi apa saja faktor strategi yang bisa meningkatkan penjualan dan mencari menggunakan matriks SWOT dan penentuan alternatif dalam strategi pemasaran menggunakan QSPM. Faktor - Faktor internal dan external pada CV NA.LABS yang mempengaruhi penjualan Bagaimana analisis strategi penjualan dengan metode SWOT, (Strength, Weakness, Opportunity, Threats) yang dimiliki oleh CV NA.LABS, analisis matrik IFAS diperoleh total skor yang dimiliki NA.LABS sebesar 7,556 , sedangkan analisis matrik EFAS sebesar 7,537 kekuatan yang dimiliki yaitu Produk NA.LABS berkualitas dan kelemahan pada NA.LABS adalah Kemasan produk NA.LABS kurang bagus dan peluang NA.LABS adalah Meningkatnya Populasi masyarakat Kota Bekasi, sedangkan ancaman pada NA.LABS adalah Ketatnya persaingan penjualan deodorant dengan harga yang lebih murah. Posisi penjualan NA.LABS terletak berada pada kuadran I pada posisi agresive, yang mana alternatif ini mempunyai potensi untuk berkembang memanfaatkan kekuatan dan peluang Hasil analisis strategi pemasaran menggunakan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*), hasil yang didapatkan dari tahapan: Terdapat strategi pemasaran yang sesuai dan harus di prioritaskan dari 1-8 yang harus dilakukan oleh pemilik NA.LABS, pertama dan wajib melakukan promosi serta adanya potongan harga untuk produknya.

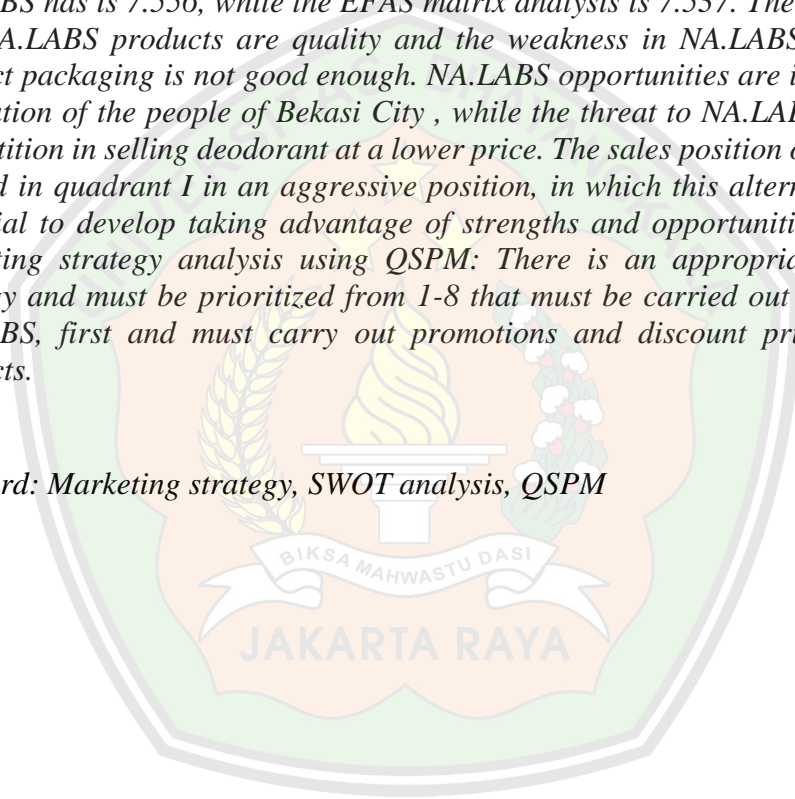
Keyword: Strategi pemasaran, Analisis SWOT, QSPM.

## **ABSTRACT**

**Muhammad Ega Setia Erlangga. 201910215220.** *Analysis of Marketing Strategy at NA.LABS to Increase Sales Volume.*

*This research is about increasing sales at CV NA.LABS. This study aims to identify what are the strategic factors that can increase sales and look for using the SWOT matrix and determining alternatives in marketing strategies using QSPM. Factors - Internal and external factors at CV NA.LABS that influence sales How to analyze sales strategy using the SWOT method, (Strength, Weakness, Opportunity, Threats) owned by CV NA.LABS How to analyze marketing strategy using the QSPM method, IFAS matrix analysis is obtained the total score that NA.LABS has is 7.556, while the EFAS matrix analysis is 7.537. The strengths are that NA.LABS products are quality and the weakness in NA.LABS is NA.LABS product packaging is not good enough. NA.LABS opportunities are increasing the population of the people of Bekasi City , while the threat to NA.LABS is the tight competition in selling deodorant at a lower price. The sales position of NA.LABS is located in quadrant I in an aggressive position, in which this alternative has the potential to develop taking advantage of strengths and opportunities. Results of marketing strategy analysis using QSPM: There is an appropriate marketing strategy and must be prioritized from 1-8 that must be carried out by the owner NA.LABS, first and must carry out promotions and discount prices for their products.*

**Keyword:** *Marketing strategy, SWOT analysis, QSPM*



## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYAILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai citivas akademik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Ega Setia Erlangga  
NPM : 201910215220  
Program Studi : Teknik Industri  
Fakultas : Teknik  
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 saya yang berjudul :

### **Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada CV NA.LABS Dengan Metode SWOT Dan QSPM**

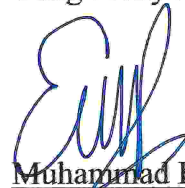
Berserta perangkat yang ada (bila diperlukan) dengan hak yang bebas. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelolanya dalam benuk pangkalan data (database), mendistribusikannya dan menampilkan publikasinya diinternet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu permintaan izin dari saya sebagai pemilik hak cipta. Segala bentuk tuntutan hokum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam skripsi ini menjadi tanggung jawab pribadi saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 26 Juli 2023

Yang Menyatakan,



Muhammad Ega Setia Erlangga  
201910215220



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada ALLAH Subhanahu Wa Ta'ala, karena dengan karunia dan rahma-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul

**"Analisis Strategi Pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada CV NA.LABS dengan menggunakan Metode SWOT Dan QSPM "**.

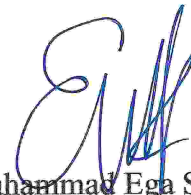
Skripsi ini dibuat dan diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana satu pada Fakultas Teknik di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Selain itu, tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memberikan pengetahuan kepada pembaca mengenai pemasaran *tawas spray* pada CV. NA.LABS.

Selama menyelesaikan skripsi ini, penulis menerima banyak bantuan dan dukungan sehingga dapat menyelesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Orang tua yang telah memberikan motivasi, dukungan moril dan finansial selama penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Irjen Pol.(Purn), Dr. Bambang Karsono, S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Tulus Sukreni, S.T., M.T. Selaku Dekan Fakultas Teknik, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Zulkani Sinaga, S.T., M.T. Selaku Ketua Jurusan Teknik Industri, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Ibu Ratna Suminar S, S.T., M.M. Selaku Dosen Pendamping Akademik TID A4 Regular Pagi.
6. Bapak Jasan Supratman, ST., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Pertama.
7. Ibu Widya Spalanzani, S.T., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Kedua.
8. Kepada Kakak yang telah memberi semangat motivasi serta dorongan dalam segi moril dan finansial selama saya kuliah.
9. Kepada teman - teman "ROBOT" angkatan 2019 yang selalu memberikan dukungan serta ide, motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. 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, 17 Mei 2023



Muhammad Ega Setia Erlangga



# DAFTAR ISI

Halaman

<b>LEMBAR PERSUTUJUAN 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 KARYAILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Rumusan Masalah .....	7
1.4 Batasan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat penelitian .....	8
1.7 Tempat Penelitian.....	8
1.8 Metode Penelitian.....	8
1.9 Sistematika Penelitian .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>10</b>
2.1 Strategi.....	10
2.2 Pemasaran.....	10
2.3 Strategi Pemasaran .....	11
2.4 Analisa SWOT .....	12
2.5 Faktor Penting Dalam SWOT .....	15
2.6 Uji Validitas .....	16
2.7 Uji Realibilitas.....	17
2.8 IFAS DAN EFAS .....	18

x

2.9	QSPM .....	21
2.10	Penelitian Terdahulu.....	22
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>27</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	27
3.2	Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.2.1	Waktu dan Lokasi Penelitian .....	28
3.2.2	Pengambilan Sampel.....	28
3.3	Metode Pengolahan Data.....	28
3.4	Metode Analisis.....	29
3.4.1	Data Kuesioner .....	30
3.5	Flowchart Penelitian .....	31
3.5.1	Flowchart Penelitian .....	32
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>34</b>
4.1	Gambaran Perusahaan .....	34
4.2	Produk Yang Dipasarkan.....	34
4.3	Analisis SWOT.....	35
4.3.1	Karakteristik dari Responden.....	36
4.3.2	Kekuatan Dan Kelemahan.....	37
4.3.3	Peluang Dan Ancaman .....	37
4.4	Pengolahan Data.....	38
4.4.1	Uji Validitas .....	38
4.4.2	Uji Realibilitas.....	39
4.4.3	Matrix IFAS .....	40
4.4.4	Matrix EFAS .....	42
4.4.5	Perumusan dan Penetapan Alternatif Strategi .....	45
4.4.6	Analisis Matrix SWOT .....	48
4.5	QSPM .....	49
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>58</b>
5.1	Kesimpulan.....	58
5.2	Saran .....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>60</b>
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Penjualan Tahun 2022.....	3
Tabel 1. 2 Daftar Harga Pesaing NA.labs .....	5
Tabel 2. 1 Tabel EFAS DAN IFAS .....	13
Tabel 2. 2 IFAS .....	18
Tabel 2. 3 IFAS .....	18
Tabel 2. 4 EFAS .....	20
Tabel 2. 5 IFAS .....	20
Tabel 2. 6 Peneliti Terdahulu .....	22
Tabel 4. 1 Isi Dari kuesioner .....	35
Tabel 4. 2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	36
Tabel 4. 3 Karakteristik Usia Responden.....	36
Tabel 4. 4 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Strength .....	38
Tabel 4. 5 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Weaknesses .....	39
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Oppertunittes .....	39
Tabel 4. 7 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Thearts .....	39
Tabel 4. 8 Uji Realibilitas .....	40
Tabel 4. 9 Rekapitulasi Rating dan Bobot Faktor Kekuatan (Internal).....	41
Tabel 4. 10 Rekapitulasi Rating dan Bobot Faktor Kelemahan (Internal).....	42
Tabel 4. 11 Rekapitulasi Rating dan Bobot Faktor Peluang(Eksternal) .....	43
Tabel 4. 12 Rekapitulasi Rating dan Bobot Faktor Ancaman(Ekternl) .....	44
Tabel 4. 13 perhitungan total skor untuk variabel strategi.....	45
Tabel 4. 14 Nilai Variabel untuk matriks SWOT .....	46
Tabel 4. 15 Analisis Matrix SWOT .....	48
Tabel 4. 16 QSPM Strategi S-O .....	50
Tabel 4. 17 QSPM Strategi W-O .....	51
Tabel 4. 18 QSPM Strategi S-T .....	53
Tabel 4. 19 QSPM Strategi W-T.....	54
Tabel 4. 20 Alternatif Strategi.....	56

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3. 1 Flowchart Penelitian.....	31
Gambar 4 1 Koordinat Kartesius Posisi CV NA.LABS.....	47



## DAFTAR LAMPIRAN

**Lampiran 1. Kuesioner dan Hasil Kuesioner**

**Lampiran 2. Output Uji Validitas Dengan SPSS**

**Lampiran 3. Output Uji Realibilitas Dengan SPSS**

**Lampiran 4. Perhitungan Pada Matriks IFAS Dan EFAS**

**Lampiran 5. Dokumentasi Produk NA.LABS**

**Lampiran 6. *Plagiarisme***

**Lampiran 7. Biodata Mahasiswa**

**Lampiran 8. Lembar Bimbingan Mahasiswa**

