

**PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN SOFA
MENGUNAKAN METODE SWOT DI PT. XYZ**

SKRIPSI

Oleh:

**GIDION HERTIADHI LUMIKA
201810215176**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Perencanaan Strategi Pemasaran Sofa
Menggunakan Metode SWOT di PT. XYZ

Nama Mahasiswa : Gidion Hertiadhi Lumika

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810215176

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

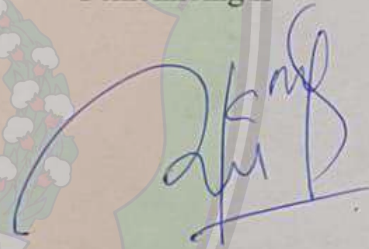
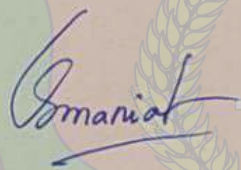
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 23 Januari 2024

Jakarta, 23 Januari 2024

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Ismaniah, S.Si., M.M.

Dr. Ratih Kumalasari, S.Si., M.Si.

NIDN 0309036503

NIDN 0330019001

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Perencanaan Strategi Pemasaran Sofa
Menggunakan Metode SWOT di PT. XYZ

Nama Mahasiswa : Gidion Hertiadhi Lumika

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810215176

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 23 Januari 2024

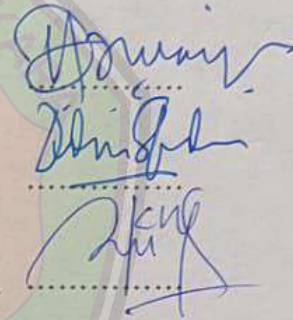
Jakarta, 23 Januari 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dede Rukmayadi, S.T., M.Si.
NIDN 0405056905


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

Penguji II : Dr. Ratih Kumalasari, S.Si., M.Si.
NIDN 0330019001



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:

Perencanaan Strategi Pemasaran Sofa Menggunakan Metode SWOT di PT. XYZ.

Skripsi 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.

Jakarta, 23 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



Gidion Hertiadhi Lumika

201810215176

ABSTRAK

Gidion Hertiadhi Lumika. 201810215176. Perencanaan Strategi Pemasaran Sofa Menggunakan Metode SWOT di PT. XYZ.

PT. XYZ merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang produksi sofa yang berdiri sejak 2021. Sebagai pendatang baru di industri ini, PT. XYZ selalu berusaha menunjukkan dedikasi terhadap produksi sofa berkualitas tinggi. Dalam penelitian ini dilakukan identifikasi penjualan selama satu tahun periode yaitu mulai dari bulan Januari sampai Desember 2022. Pada penelitian ini diarahkan untuk menyelidiki potensi peningkatan volume penjualan sofa melalui perencanaan strategi pemasaran yang matang dengan memanfaatkan metode analisis SWOT. Permasalahan yang terjadi pada PT. XYZ adalah penjualan yang masih jauh dari target penjualan 205 set perbulan, penurunan atau tidak stabilnya omzet penjualan. Dari permasalahan yang ada peneliti melakukan analisis strategi pemasaran menggunakan metode SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), di mana metode SWOT digunakan untuk mengetahui Strengths (kekuatan): harga Sofa PT. XYZ sangat terjangkau, Weaknesses (kelemahan): Nama produk sofa PT. XYZ belum terlalu dikenal luas, Opportunities (peluang): pasar sasaran yang semakin berkembang dan Threats (ancaman): pesaing semakin banyak. Hasil penelitian pada PT. XYZ dengan perhitungan IFAS dan EFAS mendapatkan hasil strengths 4,2967, weaknes 4,1876, opportunitis 4,2974, Thereats 4,3467. Berdasarkan hasil dari penelitian ini diketahui bahwa PT. XYZ berada di kuadran 2 pada posisi Diversification. Strategi yang harus diterapkan adalah yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar). Kemudian di dalam strategi ini mencakup dua faktor ialah faktor kekuatan dan faktor ancaman, untuk faktor kekuatan PT. XYZ berfokus untuk selalu menjaga kualitas hasil produk yang baik, sedangkan untuk faktor ancaman PT. XYZ berfokus untuk membuat produk baru yang lebih inovatif agar mendapatkan peluang pasar yang lebih luas.

Kata Kunci: SWOT, IFAS dan EFAS.

ABSTRACT

Gidion Hertiadhi Lumika. 201810215176. Sofa Marketing Strategy Planning Using the SWOT Method at PT. XYZ.

PT. XYZ is a company engaged in sofa production which was founded in 2021. As a newcomer to this industry, PT. XYZ always tries to show dedication to the production of high quality sofas. In this research, sales were identified for a one year period, starting from January to December 2022. This research was directed at investigating the potential for increasing the sales volume of sofas through careful marketing strategy planning using the SWOT analysis method. Problems that occur at PT. XYZ is sales that are still far from the sales target of 205 sets per month, sales turnover is decreasing or unstable. From the existing problems, researchers conducted a marketing strategy analysis using the SWOT method (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), where the SWOT method was used to determine Strengths: price of PT Sofa. XYZ is very affordable, Weaknesses (weaknesses): PT sofa product name. XYZ is not yet widely known, Opportunities (opportunities): the target market is growing and Threats (threats): there are more and more competitors. The results of research at PT. XYZ with IFAS and EFAS calculations obtained strengths of 4.2967, weaknesses of 4.1876, opportunities of 4.2974, strengths of 4.3467. Based on the results of this research, it is known that PT. XYZ is in quadrant 2 in the Diversification position. The strategy that must be implemented is one that uses strengths to take advantage of long-term opportunities by means of a diversification strategy (product/market). Then this strategy includes two factors, namely the strength factor and the threat factor, for PT's strength factor. XYZ focuses on always maintaining good product quality, while for the threat factor PT. XYZ focuses on making new, more innovative products in order to gain wider market opportunities.

Keywords: SWOT, IFAS and EFAS.

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI

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

Nama : Gidion Hertiadhi Lumika
Nomor Pokok Mahasiswa : 201810215176
Fakultas/Program Studi : Teknik/Teknik Industri
Jenis Karya : Skripsi

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:

PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN SOFA MENGGUNAKAN METODE SWOT DI PT. XYZ

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 akademisi 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 : JAKARTA
Pada Tanggal : 23 Januari 2024
Yang menyatakan,



Gidion Hertiadhi Lumika
201810215176

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa oleh karena anugerah dan berkat-Nya yang melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu dan tanpa adanya halangan yang berarti. Skripsi ini berjudul **“PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN SOFA MENGGUNAKAN METODE SWOT DI PT. XYZ”**.

Skripsi ini disusun menjadi salah satu syarat kelulusan untuk memenuhi sebagian persyaratan gelar Sarjana (S1) Fakultas Teknik Industri Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini dapat terselesaikan atas bantuan dan dukungan banyak pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat atas saran dan kontribusi aktifnya dalam penyusunan dan penyelesaian Laporan Akhir ini.

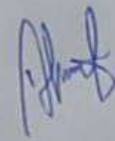
Ucapan terima kasih ini penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Drs. H. 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 Dr. Ismaniah, S.Si., M.M. selaku dosen pembimbing 1 dalam penyusunan skripsi.
5. Ibu Dr. Ratih Kumalasari, S.Si., M.Si. selaku dosen pembimbing 2 dalam penyusunan skripsi.
6. Bapak/Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis menuntut ilmu di fakultas Teknik Industri Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
7. Owner PT. XYZ yang memberikan ijin dan informasi untuk saya melakukan penelitian ini.

8. Kepada Mama, kakak, abang yang selalu memberikan doa serta dukungan yang memotivasi penulis menyelesaikan laporan ini.

Penulis sadar bahwa dalam proses penulisan penelitian ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis berharap kritik dan saran yang bersifat membangun guna kesempurnaan dan pembelajaran ke depan yang lebih baik. Akhirnya semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Amin.

Jakarta, 23 Januari 2024



Gidion Hertiadhi Lumika

201810215176



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	4
1.3. Rumusan Masalah	4
1.4. Batasan Masalah.....	5
1.5. Tujuan Penelitian.....	5
1.6. Manfaat Penelitian	5
1.7. Tempat dan Waktu Penelitian.....	6
1.8. Metode Penulisan	6
1.9. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1. Pemasaran	8
2.2. Strategi Pemasaran	8
2.3. Perencanaan Stratrgi Pemasaran.....	10

2.4.	IFAS dan EFAS.....	10
2.5.	Analisis SWOT.....	13
2.6.	Tujuan Analisis SWOT	16
2.7.	Kuesioner	16
2.8.	Penelitian Terdahulu	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		21
3.1.	Jenis Penelitian	21
3.2.	Teknik Pengumpulan Data	21
3.2. 1.	Sumber Data.....	21
3.2. 2.	Pengolahan Data.....	21
3.3.	Metode Analisis Data.....	23
3.4.	Pengambilan Sampel.....	24
3.4. 1.	Uji Normalitas.....	25
3.4. 2.	Uji Validitas	25
3.4. 3.	Uji Reliabilitas	25
3.5.	Flowchart Penelitian	25
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		27
4.1.	Sejarah Singkat.....	27
4.1. 1.	Profil Perusahaan	27
4.1. 2.	Visi dan Misi Perusahaan.....	27
4.2.	Deskripsi Produk	27
4.3.	Analisis SWOT.....	28
4.3. 1.	Analisis Kesempatan Pasar	28
4.4.	Pengujian Data.....	29
4.4. 1.	Uji Normalitas.....	29
4.4. 2.	Uji Validitas	30

4.4. 3. Uji Reliabilitas	31
4.5. Pengolahan Data.....	32
4.5. 1. Matrik IFAS	32
4.5. 2. Matrik EFAS	33
4.5. 3. Perumusan dan Penetapan Alternatif Strategi.....	35
4.5. 4. Analisis Matriks SWOT	38
BAB V PENUTUP	40
5. 1. Kesimpulan	40
5. 2. Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Data Penjualan PT. XYZ Periode 2022	2
Tabel 1. 2 Total Penjualan PT. XYZ.....	3
Tabel 1. 3 Data Perbandingan Harga Penjualan Dengan Kompetitor.....	4
Tabel 2. 1 Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS)	11
Tabel 2. 2 Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS)	12
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Data Pertanyaan Kusioner.....	22
Tabel 4. 1 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Strengths (Kekuatan).....	30
Tabel 4. 2 Rekapitulasi Hasil Uji Variabel Weaknesses (Kelemahan).....	30
Tabel 4. 3 Rekapitulasi Hasil Uji Variabel Opportunities (Peluang).....	30
Tabel 4. 4 Rekapitulasi Hasil Uji Variabel Threats (Ancaman)	31
Tabel 4. 5 Rekapitulasi (Internal) Rating dan Bobot Faktor Kekuatan (strengths)	32
Tabel 4. 6 Rekapitulasi (Internal) Rating dan Bobot Faktor Kelemahan (weakness)	33
Tabel 4. 7 Rekapitulasi (external) Rating dan Bobot Faktor Peluang (opportunity)	34
Tabel 4. 8 Rekapitulasi (external) Rating dan Bobot Faktor Ancaman (threats)..	35
Tabel 4. 9 Perhitungan Total Skor Untuk Variabel Strategi	36
Tabel 4. 10 Perhitungan Vektoral	37
Tabel 4. 11 Analisis Matriks SWOT.....	38

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Perencanaan Strategi Pemasaran	10
Gambar 2. 2 Diagram Analisis SWOT	15
Gambar 3. 1 Flowchart Penelitian.....	26
Gambar 4. 1 Sofa PT. XYZ.....	28
Gambar 4. 2 Uji Normalitas Data	29
Gambar 4. 3 Reliabilty Statistics.....	31
Gambar 4. 4 Diagram SWOT.....	37



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Variabel Google From
- Lampiran 2. Hasil Jawaban Kuesioner Google From
- Lampiran 3. Lembar Cek Plagiasi
- Lampiran 4. Kartu Bimbingan Skripsi

