

**USULAN STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA
MENINGKATAN PENJUALAN PADA CV.ADDESIA
TRUSS**

SKRIPSI



Oleh:

**JABBARU MASTYO NAUFAL
202010215057**

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

**USULAN STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA
MENINGKATAN PENJUALAN PADA CV.ADDESIA
TRUSS**

SKRIPSI



Oleh:

JABBARU MASTYO NAUFAL
BIKS. 202010215057

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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Usulan Strategi Pemasaran Dalam Upaya
Meningkatkan Penjualan Pada CV. Addesia
Truss.

Nama Mahasiswa : Jabbaru Mastyo Naufal

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010215057

Progam Studi / Fakultas : Teknik Industri / Teknik

Tanggal Lulus Sidang Skripsi : 18 Juli 2024

Jakarta, 30 Juli 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Rifda Ilahy Rosihan, S.T., M.Sc.
NIDN 0326029103


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

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Usulan Strategi Pemasaran Dalam Upaya
Meningkatkan Penjualan Pada CV. Addesia
Truss.

Nama Mahasiswa : Jabbaru Mastyo Naufal

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010215057

Program Studi / Fakultas : Teknik Industri / Teknik

Tanggal Lulus Sidang Skripsi : 18 Juli 2024

Jakarta, 30 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim

: Dr. Paduloh, S.T., M.T.
NIDN 0312047602

Penguji

Penguji I

: Murwan Widyantoro, S.Pd., M.T.
NIDN 0301048601

Penguji II

: Rifda Ilahy Rosihan, S.T., M.Sc.
NIDN 0326029103

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 :

“Usulan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada CV. Addesia Truss”. 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 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/tesis ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 30 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Jabbaru Mastyo Naufal
202010215057

RINGKASAN

Jabbaru Mastyo Naufal. 202010215057 Usulan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada CV. Addesia Truss.

CV. Addesia Truss, merupakan distributor baja ringan yang berdiri sejak tahun 2009. Permasalahan yang dihadapi oleh CV. Addesia Truss adalah penurunan penjualan akibat sistem pemasaran dan penjualan yang hanya mengandalkan media sosial WhatsApp dan komunikasi lisan. Hal ini menyebabkan terbatasnya informasi yang diterima oleh pembeli mengenai harga dan produk yang dijual. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan serta memberikan usulan strategi penjualan dan pemasaran. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan *Design Thinking* yang dipadukan dengan analisis kekuatan (*Strength*) dan peluang (*opportunity*), tetapi pada saat yang sama minimalkan kerentanan dan (*Threats*) (SWOT). Data dikumpulkan melalui kuesioner yang melibatkan 87 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV. Addesia Truss memiliki kekuatan berupa produk berkualitas tinggi, harga yang kompetitif, dan layanan pelanggan yang baik, namun kelemahan pada sistem pemasaran yang masih konvensional yang hanya mengandalkan *WhatsApp* dan komunikasi lisan, serta keterbatasan akses informasi produk secara online. Peluang yang tersedia adalah potensi pasar yang luas dengan penggunaan teknologi digital dan peningkatan permintaan akan bahan bangunan yang berkualitas, namun perusahaan juga menghadapi ancaman dari persaingan dengan perusahaan lain yang sudah memiliki platform digital, serta resiko fluktuasi harga bahan baku seperti kenaikan harga baja dan material konstruksi lainnya. Usulan strategi untuk meningkatkan penjualan pada CV. Addesia Truss meliputi S-O (menekan kualitas produk baja ringan yang berkualitas untuk menarik pelanggan dan memaksimalkan potensi perusahaan), W-O (Meningkatkan pemasaran online untuk memperluas jangkauan pasar dan memanfaatkan peluang digital untuk mengurangi ketergantungan pada pasar lokal), S-T (memberikan penawaran harga terbaik dan meningkatkan layanan), W-T (pembuatan sistem pemasaran online berbasis website).

Kata Kunci: SWOT, *Design Thinking* , Strategi Pemasaran.

SUMMARY

Jabbaru Mastyo Naufal. 202010215057 *Proposed Marketing Strategy in an Effort to Increase Sales at CV. Addesia Truss.*

CV. Addesia Truss, is a mild steel distributor that was established in 2009. The problem faced by CV Addesia Truss is a decline in sales due to a marketing and sales system that only relies on WhatsApp social media and oral communication. This causes limited information received by buyers regarding prices and products sold. The purpose of this research is to identify the strengths, weaknesses, opportunities and threats faced by the company and provide a sales and marketing strategy proposal. The research method used is the Design Thinking approach combined with the analysis of strengths (Strengths) and opportunities (opportunities), but at the same time minimize vulnerabilities and (Threats) (SWOT). Data was collected through a questionnaire involving 87 respondents. The results showed that CV Addesia Truss has strengths in the form of high quality products, competitive prices, and good customer service, but weaknesses in the marketing system that is still conventional which only relies on WhatsApp and oral communication, as well as limited access to product information online. The opportunities available are the vast market potential with the use of digital technology and the increasing demand for quality building materials, but the company also faces threats from competition with other companies that already have digital platforms, as well as the risk of fluctuations in raw material prices such as rising prices of steel and other construction materials. Proposed strategies to increase sales at CV. Addesia Truss include S-O (emphasizing the quality of quality mild steel products to attract customers and maximize company potential), W-O (Increase online marketing to expand market reach and take advantage of digital opportunities to reduce dependence on local markets), S-T (providing the best price quotes and improving services), W-T (creating a website-based online marketing system).

Keywords: *Design Thinking, SWOT Analysis, Marketing Strategy.*

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

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

Nama : Jabbaru Mastyo Naufal
NPM : 202010215057
Progam Studi : Teknik Industri
Fakultas : Teknik
Jenis Karya : Skripsi / Tesis / ~~Karya Ilmiah~~0068

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 :

**USULAN STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA CV. ADDESIA TRUSS.**

Beserta perangkat yang ada (bila diperlukan) dengan hak yang bebas royalti noneksklusif 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 : JAKARTA
Pada Tanggal : 30 Juli 2024
Yang menyatakan,



Jabbaru Mastyo Naufal
202010215057

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur yang tertinggi penulis panjatkan kepada Tuhan Yan Maha Esa atas berkat dan anugerah-Nya , yang telah memungkinkan penulis untuk menyelesaikan tugas akhir dengan judul

" Usulan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada CV. Addesia Truss".

Tugas akhir ini disusun dan diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam meraih gelar sarjana di Fakultas Teknik, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Selain itu, tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk memberikan pengetahuan kepada pembaca mengenai pendekatan *Design Thinking &* analisis SWOT dalam upaya meningkatkan penjualan pada CV.ADDESIA TRUSS.

Sekama proses penulisan tugas akhir ini, penulis mendapatkan banyak bantuan serta dukungan yang sangat berarti yang telah membantu penulis menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan petunjuk-Nya yang telah melimpahkan kelancaran dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Orang tua penulis yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, serta dukungan finansial selama proses penulisan tugas akhir ini.
3. Bapak Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Phd.D. D.Crim Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Tulus Sukreni, S.T., M.T. Selaku Dekan Fakultas Teknik, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Bapak Ir. Zulkani Sinaga, S.T., M.T. Selaku Ketua Jurusan Teknik Industri, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
6. Bapak Haris Hamdani, S.Pd.I., M.Pd. Selaku Dosen Pendamping Akademik TID A2 Regular Pagi.
7. Ibu Rifda Ilahy Rosihan, S.T., M.Sc. Selaku Dosen Pembimbing Pertama, yang telah memberikan bimbingan, dorongan, serta masukan berharga selama proses penulisan tugas akhir ini.

8. Ibu Widya Spalanzani, S.T., M.T. Selaku Dosen Pembimbing Kedua, yang telah memberikan arahan serta masukan yang sangat berarti dalam penulisan tugas akhir ini.
9. Pemilik CV.Addesia Truss, Bapak Hadi, yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
10. Anggota CV. Addesi Truss yang telah membantu penulis dalam proses penelitian.
11. Teman - teman seperjuangan dalam tugas akhir yang senantiasa memberikan dukungan, ide, serta motivasi dalam perjalanan penulisan tugas akhir ini.

Jakarta, 30 Juli 2024



Jabbaru Mastyo Naufal



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
RINGKASAN	v
SUMMARY.....	vi
LEMBAR PUBLIKASI	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
DAFTAR SINGKATAN.....	xix
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	6
1.7 Tempat dan Waktu Penelitian.....	6
1.8 Metode Penelitian	6
1.9 Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 CV. Addesia Truss	9

2.2 Strategi Pemasaran.....	9
2.3 <i>Digital Marketing</i>	11
2.4 Produk.....	12
2.5 Harga.....	12
2.6 Populasi.....	13
2.7 Sample.....	13
2.8 Uji Validitas.....	14
2.9 Uji Reabilitas.....	15
2.10 Analisis SWOT.....	16
2.11 Matriks SWOT.....	17
2.11.1 Matriks IFAS & EFAS.....	19
2.12 <i>Design Thinking</i>	21
2.12.1 <i>Emphatize</i>	22
2.12.2 <i>Define</i>	23
2.12.3 <i>Ideate</i>	23
2.12.4 <i>Prototype</i>	25
2.12.5 <i>Testing</i>	25
2.13 Penelitian Terdahulu.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
3.1 Jenis Penelitian.....	34
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.3 Waktu dan Lokasi Penelitan.....	35
3.4 Populasi dan sampel.....	35
3.5 Teknik Pengolahan Data.....	36
3.6 Kerangka Berfikir.....	39
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	41

4.1	Profil CV. Addesia Truss	41
4.2	Pengumpulan Data	41
4.2.1	Observasi <i>Stakeholder Emphaty Map</i>	41
4.2.2	Wawancara <i>Emphaty Map</i>	42
4.2.3	Demografi Responden Kuesioner SWOT.....	43
4.2.4	Pernyataan Kuesioner Matriks IFAS & EFAS	45
4.2.5	Rekapitulasi Kuisioner matriks IFAS & EFAS.....	46
4.3	Pengolahan data	49
4.3.1	Uji Validitas	49
4.3.2	Uji Realibilitas	50
4.4	<i>Emphatize</i>	51
4.4.1	Hasil Wawancara.....	51
4.4.2	<i>Emphaty Map</i>	56
4.4.3	Uji Validitas Data.....	57
4.5	<i>Define</i>	60
4.5.1	IFAS Rating dan Bobot Faktor Kekuatan & Kelemahan (<i>Internal</i>) 60	
4.5.2	EFAS Rating dan Bobot Faktor Peluang & Ancaman (<i>Eksternal</i>)..	62
4.5.3	Penetapan Alternatif Strategi	63
4.5.4	Analisis SWOT	67
4.6	<i>Ideate</i>	69
4.6.1	<i>Brainstorming Generate Solution</i>	70
4.6.2	<i>Brainstorming Prioritization idea</i>	71
4.6.3	<i>Wireframe</i>	72
4.6.3.1	<i>Wireframe</i> Halaman Beranda.....	72
4.6.3.2	<i>Wireframe</i> Halaman Tentang Kami	75
4.6.3.3	<i>Wireframe</i> Halaman Informasi Detail Produk	77

4.7	<i>Prototype</i>	78
4.7.1	<i>Prototype</i> Halaman Beranda CV Addesia.....	79
4.7.2	<i>Prototype</i> Halaman Tentang Kami.....	82
4.7.3	<i>Prototype</i> Halaman Informasi Detail Produk	83
4.8	Testing.....	84
4.8.1	Kuesioner Dengan Pihak Eksternal CV. Addesia Truss.....	84
4.8.2	Analisis dan Hasil Perhitungan Kuesioner SUS	87
BAB V PENUTUP		89
5.1	Kesimpulan	89
5.2	Saran	89
DAFTAR PUSTAKA		91
LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Tabel Penjualan CV. Addesia Truss.....	2
Tabel 2. 1 IFAS (Internal Factors Analysis Summary)	19
Tabel 2. 2 EFAS (External Factors Analysis Summary)	20
Tabel 2. 3 Jurnal Penelitian	28
Tabel 3. 1 Team <i>Brainstorming</i>	38
Tabel 4. 1 Kriteria Pelanggan.....	42
Tabel 4. 2 Kriteria Calon Pembeli.....	42
Tabel 4. 3 Pertanyaan <i>Emphaty Map</i>	42
Tabel 4. 4 Responden Pelanggan CV. Addesia Truss	44
Tabel 4. 5 pernyataan Matriks IFAS dan EFAS	45
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Jawban Kuesioner Matrik IFAS Kekuatan.....	46
Tabel 4. 7 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Matrik IFAS Kelemahan	47
Tabel 4. 8 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Matrik EFAS Peluang	48
Tabel 4. 9 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Matrik EFAS Ancaman	48
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4. 12 Hasil Wawancara Calon Pembeli	52
Tabel 4. 13 Tabel wawancara Pelanggan	54
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Jawaban <i>Emphaty Map</i>	58
Tabel 4. 15 Rekapitulasi Rating dan Bobot Faktor Kekuatan (<i>Internal</i>)	61
Tabel 4. 16 Rekapitulasi Rating dan Bobot Faktor Kelemahan (<i>Internal</i>)	61
Tabel 4. 17 Rekapitulasi Rantung dan Bobot Faktor Peluang (<i>Oppoturnitiy</i>)	62
Tabel 4. 18 Rekapitulasi Rating dan Bobot Faktor Ancaman (Eksternal)	63
Tabel 4. 19 Perhitungan total skor untuk variabel strategi.....	64
Tabel 4. 20 Perhitungan Vektoral	65
Tabel 4. 21 Matriks SWOT	67
Tabel 4. 22 Klasifikasi Skor SUS.....	85
Tabel 4. 23 Pertanyaan SUS.....	85
Tabel 4. 24 Rekapitulasi Kuisioner SUS.....	86

Tabel 4. 25 Analisis Hasil Kuesioner SUS.....	87
Tabel 4. 26 Hasil Perhitungan Kuesioner SUS	88



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Diagram penjualan setiap bulan CV.Addesia Truss	3
Gambar 1. 2 Sosial Media Pemasaran CV. Addesia Truss	1
Gambar 2. 1 Struktur Organisasi CV.Addesia Truss	9
Gambar 2. 2 Kordinat Analisis SWOT	16
Gambar 2. 3 Matriks SWOT	18
Gambar 2. 4 Matriks SWOT	18
Gambar 2. 5 Template Emphaty Map	23
Gambar 2. 6 Gambar Kuadran <i>Prioritization Matrix</i>	24
Gambar 2. 7 Klasifikasi skor SUS	27
Gambar 3. 1 Kerangka Berfikir.....	39
Gambar 3. 2 Flowchart Penelitian.....	40
Gambar 4. 1 Persentase Responden Pelanggan.....	44
Gambar 4. 2 <i>Emphaty Map</i> calon pembeli.....	56
Gambar 4. 3 <i>Emphaty Map</i> pelanggan.....	57
Gambar 4. 4 Uji Validitas <i>Emphaty Map</i>	58
Gambar 4. 5 Koordinat Kartesius Posisi Bisnis CV. Addesia Truss	66
Gambar 4. 6 <i>Generate Solution</i>	70
Gambar 4. 7 <i>Prioritization Matrix</i>	71
Gambar 4. 8 <i>Wireframe Hero Section</i>	72
Gambar 4. 9 <i>Wireframe</i> Kategori Produk.....	73
Gambar 4. 10 <i>Wireframe</i> Testimoni.	73
Gambar 4. 11 <i>Wireframe</i> Testimoni.	74
Gambar 4. 12 <i>Wireframe</i> Keunggulan CV.	74
Gambar 4. 13 <i>Wireframe</i> Footer.....	75
Gambar 4. 14 <i>Wireframe</i> Deskripsi CV. Addesia.....	76
Gambar 4. 15 <i>Wireframe</i> Informasi Oprasional dan Alamat.....	76
Gambar 4. 16 <i>Wireframe</i> Deskripsi Produk	77
Gambar 4. 17 <i>Wireframe</i> Daftar Harga	78
Gambar 4. 18 Hero Section.....	79

Gambar 4. 19 Kategori Produk	79
Gambar 4. 20 Testimoni	80
Gambar 4. 21 FAQ	80
Gambar 4. 22 Keunggulan Kami	81
Gambar 4. 23 Footer	81
Gambar 4. 24 Deskripsi Tentang Kami.....	82
Gambar 4. 25 Informasi Lokasi dan Kontak.....	83
Gambar 4. 26 Deskripsi Produk Bondek.....	83
Gambar 4. 27 Daftar Harga.....	84



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Matriks IFAS dan EFAS

Lampiran 2. Hasil Jawaban Matriks IFAS

Lampiran 3. Hasil Jawaban Matriks EFAS

Lampiran 4. *Output* Minitab 21 Uji Validitas

Lampiran 5. *Output* Minitab 21 Uji Relibilitas

Lampiran 6. Lembar Kuesioner SUS

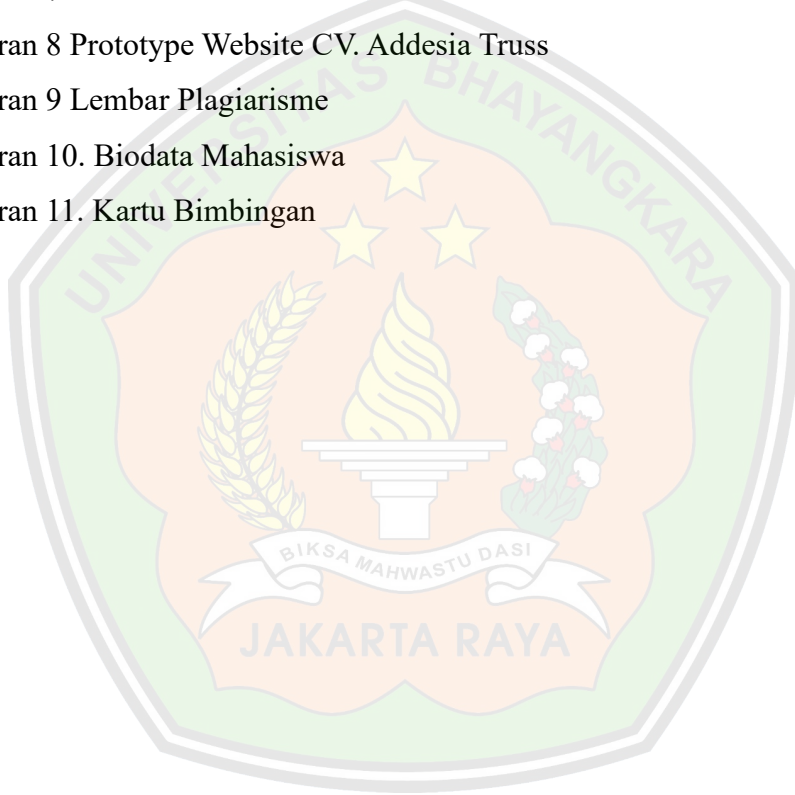
Lampiran 7. Dokumentasi Pribadi di Perusahaan

Lampiran 8 Prototype Website CV. Addesia Truss

Lampiran 9 Lembar Plagiarisme

Lampiran 10. Biodata Mahasiswa

Lampiran 11. Kartu Bimbingan



DAFTAR SINGKATAN

Lambang/ Singkatan	Arti	Keterangan
CV	Commanditaire Vennootschap	Bentuk badan usaha yang umum di Indonesia
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats	Analisis untuk evaluasi faktor internal dan eksternal
SUS	System Usability Scale	Skala yang digunakan untuk mengukur kegunaan dari sistem
IFAS	Internal Factor Analysis Summary	Matriks untuk menganalisis faktor internal
EFAS	External Factor Analysis Summary	Matriks untuk menganalisis faktor eksternal
S-O	Strengths-Opportunities	Strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk mengambil peluang
W-O	Weaknesses-Opportunities	Strategi yang memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan
S-T	Strengths-Threats	Strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman
W-T	Weaknesses-Threats	Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman
DT	Design Thinking	Pendekatan untuk pemecahan masalah yang berpusat pada pengguna