

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK  
MENINGKATKAN PENJUALAN SABUN CUCI BAJU  
DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN  
QSPM DI CV. SARANA CIPTA MANDIRI**

**SKRIPSI**



Oleh:  
**MUHAMMAD MIFTAKHUL HUDA**  
**201910215027**

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

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan penjualan sabun cuci baju Dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Di CV. Sarana Cipta Mandiri

Nama Mahasiswa : Muhammad Miftakhul Huda

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910215027

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik


Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 juli 2024

Jakarta, 30 Juli 2024

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Ade Irpan Sabilah, S.T., M.T.  
NIDN 1007078403

  
Jasan Supratman, ST, MT  
NIDN 0316048204

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan penjualan sabun cuci baju Dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Di CV. Sarana Cipta Mandiri

Nama Mahasiswa : Muhammad Miftakhul Huda

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910215027

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 Juli 2024

Jakarta, 30 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Iskandar Zulkarnaen, S.T., M.T.  
NIDN 0312128203

Penguji I : Yayan Saputra, S.T., M.T.  
NIDN 0327017902

Penguji II : Ade Irpan Sabilah, S.T., M.T.  
NIDN 1007078403

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 penjualan sabun cuci baju Dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Di CV. Sarana Cipta Mandiri”**

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, 30 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Miftakhul Huda

201910215027

## RINGKASAN

**Muhammad Miftakhul Huda. 201910215027.** Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan sabun cuci baju dengan menggunakan metode SWOT dan QSPM di CV. Sarana Cipta Mandiri.

CV. Sarana Cipta Mandiri adalah usaha yang memproduksi sabun cuci baju yang telah berdiri sejak tahun 2013 yang berlokasi di Kp. Telar, Muktiwari, Kec. Cibitung, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Permasalahan yang terjadi di CV. Sarana Cipta Mandiri ini adalah tidak tercapainya target penjualan 30pcs/bulan dan kurang maksimal dalam melakukan promosi. Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui faktor penyebab tidak tercapainya target penjualan serta mengetahui faktor penyebab kurang maksimal dalam melakukan promosi dan mengetahui strategi alternatif terbaik untuk CV. Sarana Cipta Mandiri. Analisis yang digunakan adalah dengan metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*) dan metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Hasil dari penelitian ini IFAS dan EFAS dengan nilai *Strength 1,50, weakness 1,05, Opportunity 1,50, Threats 1,00* koordinat menunjukkan berada pada grafik SO (*Strength-Opportunity*) kuadran 1 adalah *aggressive* yang menunjukkan produk memiliki kekuatan dan peluang. Dari hasil analisis SWOT tersebut menghasilkan 4 strategi alternatif yaitu Menganalisis platform media sosial yang relevan untuk menjelaskan kualitas produk, Menganalisis strategi promosi untuk menentukan harga yang optimal dan menambah minat konsumen, Mempresentasikan produk yang menarik dan dapat menarik daya beli konsumen, Memberikan opsi kepada konsumen dalam pembelian dan pelayanan konsumen. Dari hasil 4 strategi alternatif tersebut yang menjadi pilihan utama adalah menganalisis strategi promosi untuk menentukan harga yang optimal dan menambah minat konsumen dengan 6,75 dari perhitungan QSPM.

Kata kunci: SWOT, QSPM, Promosi. Alternatif strategi

## SUMMARY

**Muhammad Miftakhul Huda. 201910215027.** *Analysis of marketing strategies to increase sales of laundry soap using SWOT and QSPM methods at CV. Sarana Cipta Mandiri.*

*CV. Sarana Cipta Mandiri is a business that produces laundry soap that has been established since 2013 which is located in Kp. Telar, Muktiwari, Kec. Cibitung, Bekasi Regency, West Java. The problem that occurs at CV. Sarana Cipta Mandiri is that the sales target of 30pcs / month is not achieved and is less than optimal in conducting promotions. The research conducted aims to determine the factors that cause not achieving sales targets and knowing the factors that cause less than optimal promotion and knowing the best alternative strategy for CV. Sarana Cipta Mandiri. The analysis used is the SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats) method and the QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) method. The results of this study IFAS and EFAS with a value of Strength 1.50, weakness 1.05, Opportunity 1.50, Threats 1.00 coordinates show that it is on the SO (Strength-Opportunity) graph quadrant 1 is aggressive which shows the product has strengths and opportunities. From the results of the SWOT analysis, it produces 4 alternative strategies, namely Analyzing relevant social media platforms to explain product quality, Analyzing promotional strategies to determine optimal prices and increase consumer interest, Presenting products that are attractive and can attract consumer purchasing power, Providing options to consumers in purchasing and customer service. From the results of these 4 alternative strategies, the top choice is to analyze promotional strategies to determine the optimal price and increase consumer interest with 6.75 from the QSPM calculation.*

*Keywords: SWOT, QSPM, Promotion. Alternative strategy*

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

---

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

Nama : Muhammad Miftakhul Huda  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910215027  
Program Studi : Teknik Industri  
Jenis Karya : Skripsi / Tesis / Karya Ilmiah

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

### **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN SABUN CUCI BAJU DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN QSPM DI CV. SARANA CIPTA MANDIRI**

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 sebaga 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 Juni 2024

Yang menyatakan,

  
Muhammad Miftakhul Huda

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan karunia dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Sabun Cuci Baju Dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM di CV. Sarana Cipta Mandiri )”.

Skripsi ini dibuat dan diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Teknik di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Selain itu, tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memberikan pengetahuan kepada pembaca mengenai analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan sabun cuci baju.

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

1. Bapak Irjen Pol (PURN) Prof. 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 Jurusan Teknik Industri, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Rifda Ilahy Rosihan, S.T., M.Sc. Selaku Dosen Pendamping Akademik.
5. Bapak Ade Irpan Sabilah, S.T., M.T. Selaku Dosen Pembimbing Pertama.
6. Bapak Jasan Supratman, S.T., M.T. Selaku Dosen Pembimbing kedua.
7. Kepada Bapak dan Ibu serta Adik tercinta yang tersayang telah memberikan motivasi dan dorongannya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman penulis yang telah memberikan semangat untuk penulis dan juga kepada semua pihak yang ikut berpartisipasi dalam pembuatan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa pada skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna karena adanya keterbatasan ilmu pengetahuan serta pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, semua kritik dan saran yang bersifat membangun akan diterima oleh penulis dengan senang hati. Harapan penulis yakni, semoga skripsi yang dibuat dapat bermanfaat untuk semua pihak yang memerlukan.

Jakarta, 30 Juni 2024

  
Muhammad Miftakhul Huda



# DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>RINGKASAN</b> .....	v
<b>SUMMARY</b> .....	vi
<b>LEMBAR PUBLIKASI</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	5
1.4 Batasan Masalah .....	5
1.5 Tujuan Masalah .....	6
1.6 Manfaat Penelitian .....	6
1.7 Tempat dan Waktu Penelitian .....	6
1.8 Metode Penelitian .....	7
1.9 Sistematika Penelitian .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	8
2.1 Pemasaran .....	8
2.1.1 Pemasaran dari Konsep Industri .....	8
2.1.2 Indikator Pemasaran Dari Sisi Industri .....	9

2.2	Strategi Pemasaran .....	9
2.2.1	Strategi Pemasaran dari sisi Industri .....	11
2.3	Analisis SWOT .....	12
2.3.1	Konsep Analisis SWOT dari sisi Industri .....	13
2.4	Analisis QSPM .....	14
2.4.1	Analisis QSPM dari Sisi Industri .....	15
2.4.2	Perhitungan QSPM .....	15
2.5	Produk .....	15
2.6	Promosi .....	16
2.6.1	Tujuan Promosi .....	17
2.6.2	Strategi Promosi .....	18
2.7	Bahan Baku .....	18
2.8	Uji Validitas .....	19
2.9	Uji Reliabilitas .....	20
2.10	Penelitian Terdahulu .....	21
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN .....</b>		<b>28</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	26
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian .....	26
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.4	Teknik Pengolahan Data .....	27
3.4.1	Pengambilan Sampel .....	27
3.4.2	Analisis SWOT .....	27
3.4.3	QSPM ( <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> ) .....	32
3.5	Kerangka Berpikir .....	34
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>35</b>
4.1	Gambaran Umum CV. Sarana Cipta Mandiri .....	35
4.1.1	Profil CV. Sarana Cipta Mandiri .....	35
4.1.2	Visi dan Misi CV. Sarana Cipta Mandiri .....	35
4.1.3	Lokasi CV. Sarana Cipta Mandiri .....	35
4.2	Karakteristik Responden .....	36
4.3	Pengolahan Data .....	38

4.3.1 Uji Validitas .....	38
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	39
4.4 Analisis SWOT .....	40
4.4.1 Analisis Strategi Internal dan Eksternal .....	40
4.4.2 Kuadran dan Strategi Utama .....	49
4.4.3 Analisis SWOT ( <i>Strength, Weakness, Opportunities, Threats</i> ) .....	50
4.5 Analisis QSPM ( <i>Quantitative Strategy Planning Matrix</i> ) .....	53
4.6 Pembahasan .....	70
4.6.1 Analisis SWOT ( <i>Strength, Weakness, Opportunities, Threats</i> ) .....	70
4.6.2 Analisis QSPM ( <i>Quantitative Strategy Planning Matrix</i> ) .....	74
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>77</b>
5.1 Kesimpulan .....	77
5.2 Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
‘	



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan CV. Sarana Cipta Mandiri .....	2
Tabel 1.2 Data Tempat Penjualan Para Pesaing Dari CV. Sarana Cipta Mandiri .....	3
Tabel 1.3 Data Bahan Baku CV. Sarana Cipta Mandiri .....	4
Tabel 2.1 Data Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 4.1 Responden Penelitian .....	36
Tabel 4.2 Rentang Usia Responden Penelitian .....	36
Tabel 4.3 Jenis Pekerjaan Responden Penelitian .....	37
Tabel 4.4 Data Penilaian Uji Validitas .....	37
Tabel 4.5 Data Uji Reliabilitas .....	38
Tabel 4.6 Analisis SWOT .....	39
Tabel 4.7 Data IFAS ( <i>Internal Factor Analysis System</i> ) .....	42
Tabel 4.8 Data EFAS ( <i>External Factor Analysis System</i> ) .....	46
Tabel 4.9 Analisis Matrix SWOT .....	50
Tabel 4.10 QSPM .....	53
Tabel 4.11 Alternatif Strategi .....	68

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Penjualan CV. Sarana Cipta Mandiri.....	2
Gambar 3.1 Matriks SWOT .....	31
Gambar 3.2 kerangka berpikir .....	34
Gambar 4.1 Denah Lokasi CV. Sarana Cipta Mandiri .....	35
Gambar 4.2 Pengolahan Data Internal dan Eksternal .....	49



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Konsumen

Lampiran 2. *Plagiarisme*

Lampiran 3. Biodata Mahasiswa

Lampiran 4. Kartu Bimbingan Skripsi

