

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
DENGAN METODE SWOT DAN QSPM
(STUDI KASUS DISTRIBUTOR HIJAB ALILA KARAWANG)**

SKRIPSI

**Oleh:
ENI WULANDARI
201510215024**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran dengan Metode
SWOT dan QSPM pada Distributor Hijab Alila
Karawang

Nama Mahasiswa : Eni Wulandari

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510215024

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Bekasi, 24 Januari 2020

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II



Apriyani, S.T., M.T.

NIDN. 0302048101



Andi Turseno, S.T., M.T.

NIDN. 0321057606

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran dengan Metode
SWOT dan QSPM pada Distributor Hijab
Alila Karawang

Nama Mahasiswa : Eni Wulandari

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510215024

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Januari 2020

Bekasi, 24 Januari 2020
MENGENAL,

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

Penguji I : Bungaran Saing, S.Si., Apt., M.M.
NIDN. 0326027001

Penguji II : Apriyani, S.T., M.T.
NIDN. 0302048101

Bekasi, 24 Januari 2020
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Teknik Industri



Drs. Solihin, M.T.
NIP. 1912445

Dekan Fakultas Teknik



Ismaniah, S.Si., M.M.
NIP. 9604028

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN METODE SWOT DAN QSPM (STUDI KASUS DISTIBUTOR HIJAB ALILA KARAWANG)”**, ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai refresi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan 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 Bhayakara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayakara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayakara Jakarta Raya.

Bekasi, 24 Januari 2020

Yang Membuat Pernyataan,



Eni Wulandari

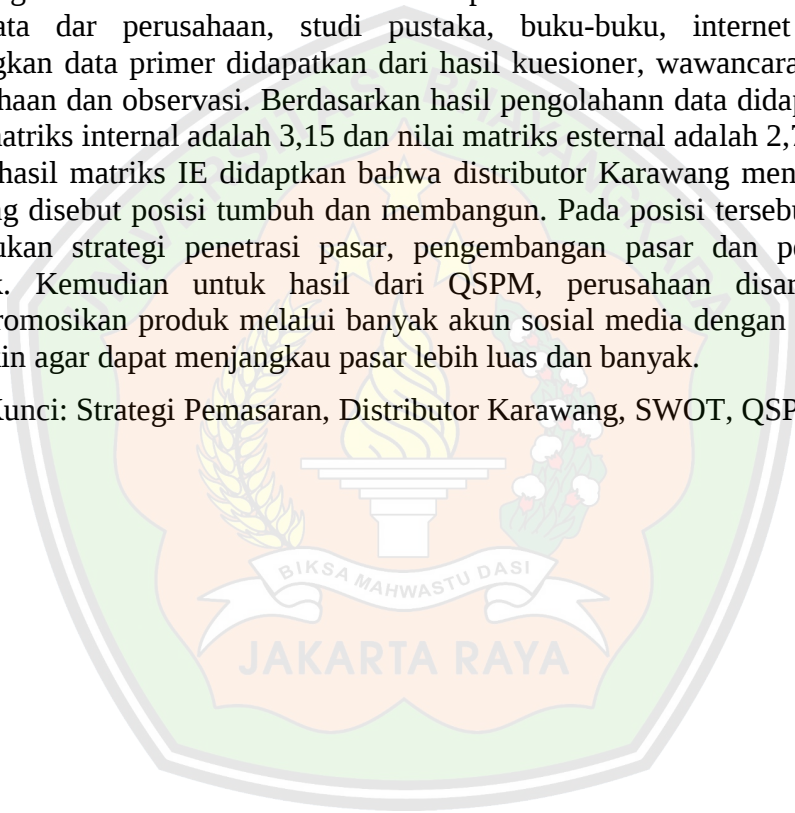
201510215024

ABSTRAK

Eni Wulandari, 201510215024. Analisis Strategi Pemasaran dengan Metode SWOT dan QSPM pada Distributor Hijab Alila Karawang.

Hijab Alila (HA) merupakan salah satu merek busana muslim di Indonesia. Merek ini memiliki 52 distributor untuk mendistribusikan produknya ke seluruh pelanggan di Indonesia, salah satunya adalah distributor Karawang. Dalam menjalankan pendistribusiannya di wilayah Karawang, distributor ini mengalami kendala internal maupun eksternal. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui faktor lingkungan eksternal dan internal perusahaan dan mengetahui alternatif strategi yang sesuai. Metode yang digunakan adalah SWOT dan QSPM. Data yang digunakan adalah data sekunder dan primer. Data sekunder didapatkan dari data-data dari perusahaan, studi pustaka, buku-buku, internet dan jurnal. Sedangkan data primer didapatkan dari hasil kuesioner, wawancara dengan pihak perusahaan dan observasi. Berdasarkan hasil pengolahan data didapatkan bahwa nilai matriks internal adalah 3,15 dan nilai matriks eksternal adalah 2,71. Kemudian untuk hasil matriks IE didapatkan bahwa distributor Karawang menempati posisi IV yang disebut posisi tumbuh dan membangun. Pada posisi tersebut perusahaan melakukan strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk. Kemudian untuk hasil dari QSPM, perusahaan disarankan untuk mempromosikan produk melalui banyak akun sosial media dengan cara kreatif mungkin agar dapat menjangkau pasar lebih luas dan banyak.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Distributor Karawang, SWOT, QSPM



ABSTRACT

Eni Wulandari, 201510215024. Analysis of Marketing Strategies SWOT and QSPM Methods in Hijab Distributor Alila Karawang.

Hijab Alila (HA) is a Muslim fashion brand in Indonesia. This brand has 52 distributors to distribute its products to customers in Indonesia, one of which was the Karawang distributor. In carrying out its distribution in the Karawang region, this distributor experienced internal and external constraints. The purpose of this study was to determine the company's external and internal environmental factors and find out appropriate alternative strategies. The method used is SWOT and QSPM. The data used are secondary and primary data. Secondary data was obtained from data from companies, literature studies, books, internet and journals. While the primary data obtained from the questionnaire, interviews with the company and observation. Based on the results of data processing, it was found that the value of the internal matrix is 3.15 and the value of the external matrix is 2.71. Then from IE matrix, it was found that the Karawang distributor occupies position IV called the position of growth and development. In this position the company carries out market penetration strategies, market development and product development. And by QSPM analysis, the company was advised to promote the product through as many social media accounts as creative as possible so that it can reach a wider and more market.

Keywords: *Marketing Strategy, Karawang Distributor, SWOT, QSPM,*

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Eni Wulandari
Npm : 201510215024
Program Studi : Teknik Industri
Fakultas : Teknik
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Hak Bebas Royalti Non-*Eksklusif* (*Non Exclusive Royalty Free-Right*), atas skripsi yang berjudul:

**“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN METODE SWOT DAN
QSPM”**

(STUDI KASUS DISTRIBUTOR HIJAB ALILA KARAWANG)

Beserta perangkat yang ada (bila diperlukan). Dengan hak yang bebas *royalty non-eksklusif* ini. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikan dan menampilkan/publikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu permintaan ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan 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 : 24 Januari 2020

Yang Menyatakan



Eni Wulandari

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*, karena dengan rahmat serta hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Analisis Strategi pemasaran HA Karawang dengan Metode SWOT dan QSPM” ini tepat pada waktunya. Sholawat serta salam penulis panjatkan kepada Nabi besar Muhammad *Shollallohu 'Alaihi Wa Sallam*, keluarga dan para sahabat serta para pengikutnya sampai akhir zaman. Penyusunan skripsi ini dibuat dalam rangka memenuhi gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri pada Fakultas Teknik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat pengarahan, bimbingan dan saran yang bermanfaat dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Jumini dan Bapak Sumadi selaku orang tua yang selalu mendukung dan memberikan semangat dalam situasi apapun.
2. Ibu Ismaniah S.Si.,M.M. selaku Dekan Fakultas Teknik Industri Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Drs. Solihin, M.T. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya kampus II Bekasi.
4. Ibu Apriyani, S.T., M.T., selaku dosen pembimbing I yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Andi Turseno, S.T., M.T., selaku dosen pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman TIDC1 “PEJUANG ST” yang selalu memberikan semangat dan menghibur ketika rasa malas dan *stress* melanda.
7. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah banyak membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Namun, penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat dikembangkan dengan lebih baik, maka dengan segala kerendahan hati kepada seluruh pihak untuk memberikan saran demi adanya perbaikan untuk kedepannya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan seluruh pihak secara umum. Akhirnya, kepada Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* penulis berserah diri, semoga apa yang telah dilakukan ini mendapatkan ridho-Nya. Aamiin aamiin Ya Rabbal'alamiin.

Wassalamu'alaikum.

Bekasi, Januari 2020



Eni Wulandari

NPM. 201510215024



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Batasan Penelitian.....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.7 Tempat dan Waktu Penelitian	7
1.8 Metodologi Penelitian.....	7
1.9 Sistematika Penulisan	8

BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Pemasaran	9
2.1.1 Pandangan Bisnis Pemasaran.....	9
2.1.2 Fundamental Konsep Pemasaran	9
2.2 Perencanaan Strategi Pemasaran	11
2.3 Strategi Pemasaran	11
2.4 Proses Pengambilan Keputusan.....	12
2.4.1 Strategi Tingkat Korporat.....	12
2.4.2 Strategi Tingkat Unit Bisnis	13
2.5 Lingkungan Pemasaran.....	14
2.6 Tahapan Penyusunan Kuesioner	17
2.7 Matriks BCG (<i>Boston Consulting Group</i>)	19
2.8 Matriks Faktor Strategi Eksternal.....	22
2.9 Matriks Faktor Strategi Internal	23
2.10 Matriks IE (Internal-Eksternal)	24
2.11 Analisis SWOT.....	26
2.12 Tahapan Penyusunan SWOT	31
2.13 Analisis QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matriks</i>).....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Sumber Data.....	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data dan Pengolahan Data	37
3.3.1 Pengumpulan Data	37
3.3.2 Pengolahan Data.....	37
3.4 Teknik Analisis Data	38
3.5 Kerangka Berfikir Penelitian.....	39

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	40
4.2 Analisis Lingkungan.....	40
4.2.1 Analisis Lingkungan Eksternal	41
4.2.1.1 Lingkungan Makro	41
4.2.1.2 Lingkungan Mikro.....	41
4.2.2 Analisis Lingkungan Internal	42
4.3 Matriks BCG	44
4.4 Analisis SWOT.....	46
4.4.1 Populasi dan Sampel	47
4.4.2 Kekuatan dan Kelemahan.....	48
4.4.3 Peluang dan Ancaman.....	50
4.4.4 Matriks Strategi Internal.....	52
4.4.5 Matriks Strategi Eksternal.....	55
4.4.6 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal	58
4.4.7 Matriks SWOT.....	59
4.4.8 Matriks QSPM	62
4.5 Pembahasan Hasil Analisis	64
4.5.1 Matriks BCG.....	64
4.5.2 Matriks SWOT	64
4.5.3 Matriks QSPM	65
BAB V PENUTUP	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67

DAFTAR PUSTAKA

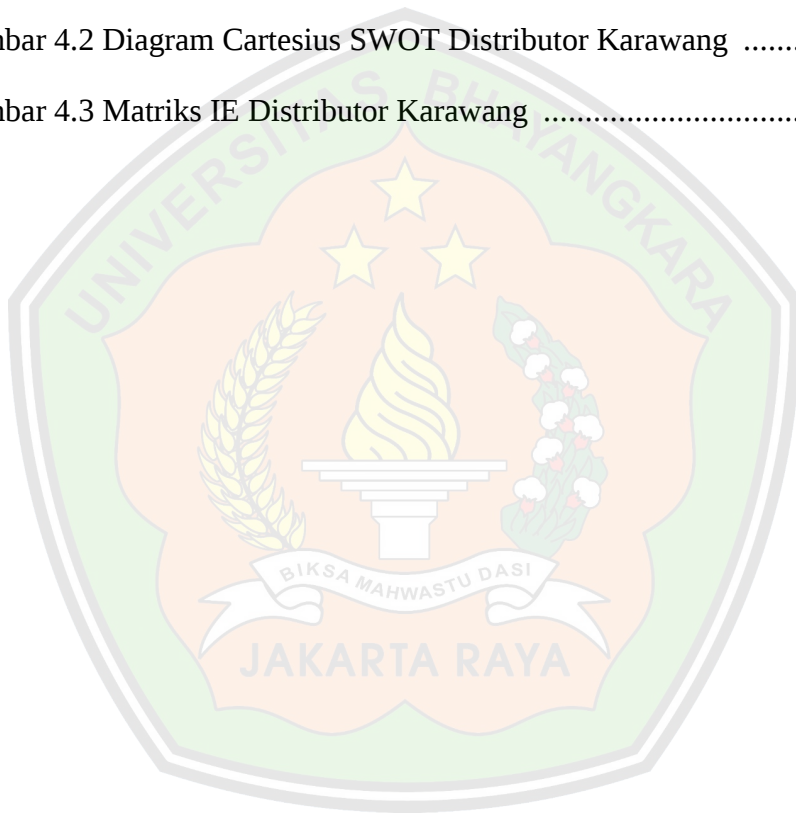
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Omset Penjualan Hijab Alila Distributor Bekasi dan Karawang	2
Tabel 1.2 Jumlah Penduduk Kota Bekasi dan Karawang.....	3
Tabel 1.3 Jumlah Penduduk Kabupaten Karawang menurut Jenis Kelamin.....	3
Tabel 1.4 Jumlah Penduduk menurut Agama di Kota Bekasi dan Karawang	4
Tabel 2.1 Matriks EFAS.....	23
Tabel 2.2 Matriks IFAS.....	24
Tabel 2.3 Matriks SWOT	32
Tabel 2.4 Matriks QSPM.....	35
Tabel 4.1 Tabel Penjualan Distributor Karawang.....	43
Tabel 4.2 Rincian Modal Awal.....	43
Tabel 4.3 Penjualan Distributor Karawang	44
Tabel 4.4 Penjualan Pesaing Perusahaan.....	45
Tabel 4.5 Hasil Kuesioner SWOT	47
Tabel 4.6 Matriks Faktor Internal Distributor Karawang.....	54
Tabel 4.7 Matriks Faktor Eksternal Distributor Karawang	57
Tabel 4.8 Matriks SWOT Distributor Karawang.....	61
Tabel 4.9 Hasil Perhitungan Matriks QSPM	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 kekuatan Persaingan dalam Industri.....	13
Gambar 2.2 Diagram BCG	21
Gambar 2.3 Matriks IE	26
Gambar 2.4 Diagram Analisis SWOT.....	27
Gambar 4.1 Matriks BCG Distributor Karawang	46
Gambar 4.2 Diagram Cartesius SWOT Distributor Karawang	58
Gambar 4.3 Matriks IE Distributor Karawang	59



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Lembar Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Tabel Hasil dan Perhitungan Kuesioner
- Lampiran 3. Hasil Perhitungan Matriks QSPM Distributor Karawang
- Lampiran 4. Biodata Mahasiswa
- Lampiran 5. Kartu Bimbingan Skripsi

