

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KERANGKA BAJA
RINGAN DI CV. ADJ DENGAN MENGGUNAKAN METODE
SWOT DAN QSPM**

SKRIPSI



Oleh:

MAESA TRISNAN PRIBADI

202010215040

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

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KERANGKA BAJA
RINGAN DI CV. ADJ DENGAN MENGGUNAKAN METODE
SWOT DAN QSPM**

SKRIPSI



Oleh:

MAESA TRISNAN PRIBADI

202010215040

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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Kerangka Baja Ringan Di CV. ADJ Dengan Metode SWOT Dan QSPM

Nama Mahasiswa : Maesa Trisnan Pribadi

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010215040

Progam Studi / Fakultas : Teknik Industri / Teknik


Tanggal Lulus Sidang Skripsi : 16 Juli 2024

Jakarta, 23 Juli 2024

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II



Ratna Suminar S., S.T., M.M.
NIDN 0314047502

Tubagus Hedi S., S.T., M.M.
NIDN 0413117602

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Kerangka Baja Ringan Di CV. ADJ Dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM

Nama Mahasiswa : Maesa Trisnan Pribadi

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010215040

Program Studi / Fakultas : Teknik Industri / Teknik

Tanggal Lulus Sidang Skripsi : 16 Juli 2024

Jakarta, 23 Juli 2024

MENGESAHKAN,

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


Penguji I : Ir. Zulkani Sinaga, M.T.
NIDN 0331016905

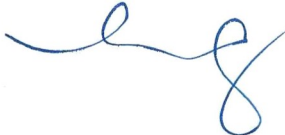
Penguji II : Ratna Suminar S., S.T., M.M.
NIDN 0314047502

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 Kerangka Baja Ringan Di CV. ADJ Dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM. 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, 23 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



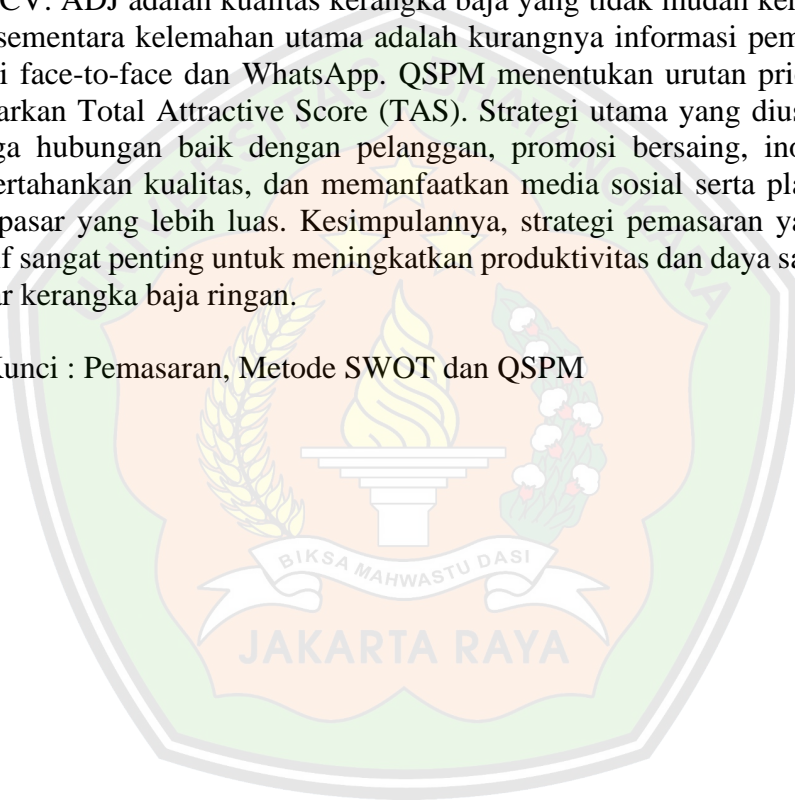
Maesa Trisnan Pribadi
202010215040

RINGKASAN

Maesa Trisnan Pribadi. 202010215040. Analisis Strategi Pemasaran Kerangka Baja Ringan di CV. ADJ Dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM.

CV. ADJ adalah perusahaan yang fokus pada industri manufaktur kerangka baja ringan, digunakan sebagai pondasi atap rumah atau bangunan. Penelitian ini menganalisis strategi pemasaran CV. ADJ menggunakan metode SWOT dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Analisis SWOT mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Hasil IFAS menunjukkan skor 5,8005 dan EFAS 5,719, menempatkan CV. ADJ di kuadran I (agresif) yang menunjukkan kekuatan internal dan banyak peluang. Kekuatan utama CV. ADJ adalah kualitas kerangka baja yang tidak mudah keropos dan anti karat, sementara kelemahan utama adalah kurangnya informasi pemasaran selain melalui face-to-face dan WhatsApp. QSPM menentukan urutan prioritas strategi berdasarkan Total Attractive Score (TAS). Strategi utama yang diusulkan adalah menjaga hubungan baik dengan pelanggan, promosi bersaing, inovasi produk, mempertahankan kualitas, dan memanfaatkan media sosial serta platform digital untuk pasar yang lebih luas. Kesimpulannya, strategi pemasaran yang tepat dan inovatif sangat penting untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing CV. ADJ di pasar kerangka baja ringan.

Kata Kunci : Pemasaran, Metode SWOT dan QSPM



SUMMARY

Maesa Trisnan Pribadi. 202010215040. *Analysis of the Marketing Strategy of the Light Steel Frame in CV. ADJ Using SWOT and QSPM Methods.*

CV. ADJ is a company focused on the manufacturing of lightweight steel frames, used as foundations for roofs of houses or buildings. This study analyzes the marketing strategies of CV. ADJ using SWOT and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) methods. The SWOT analysis identifies the company's strengths, weaknesses, opportunities, and threats. The IFAS results show a score of 5.8005 and the EFAS results a score of 5.719, placing CV. ADJ in quadrant I (aggressive), indicating strong internal strengths and many opportunities. The main strength of CV. ADJ is the quality of their steel frames, which are non-corrosive and rust-resistant, while the main weakness is the lack of marketing information beyond face-to-face and WhatsApp. QSPM determines the priority order of strategies based on the Total Attractive Score (TAS). The main proposed strategies are maintaining good customer relationships, competitive promotion, product innovation, maintaining product quality, and utilizing social media and digital platforms to reach a wider market. In conclusion, appropriate and innovative marketing strategies are crucial to enhancing CV. ADJ's productivity and competitiveness in the lightweight steel frame market.

Keywords: Marketing, SWOT Method, and QSPM



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

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

Nama : Maesa Trisnan Pribadi
NPM : 202010215040
Program Studi : 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 saya yang berjudul:

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KERANGKA BAJA
RINGAN DI CV ADJ DENGAN MENGGUNAKAN METODE
SWOT DAN QSPM**

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 : 23 Juli 2024

Yang menyatakan,



MAESA TRISNAN PRIBADI

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini untuk memenuhi persyaratan yang ditentukan dalam kurikulum Program Studi Teknik Industri di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dalam penyusunannya, skripsi ini mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Orang tua yang telah memberikan semangat, dukungan moral dan finansial selama penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim., (Honoris Causa) 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 Dr. Ismania. S.Si., M.M Selaku Dosen Pendamping Akademik TID A1 Regular Pagi.
6. Ibu Ratna Suminar, ST., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Pertama.
7. Bapak Tubagus Hedi Saepudin. S.T., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Kedua.
8. Terutama “Frena Meisa Yohanto” yang memberi semangat dan dukungan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini dengan baik..
9. Teman-teman kelas “Kelas A1 2020”, dukungan dan ide, motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

Bekasi, 23 Juli 2024



MAESA TRISNAN PRIBADI

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
RINGKASAN	v
SUMMARY.....	vi
LEMBAR PUBLIKASI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Batasan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.7 Tempat dan Waktu Penelitian.....	9
1.8 Metode Penelitian	9
1.9 Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Pemasaran	11

2.2	Manajemen Pemasaran	11
2.3	Strategi.....	12
2.4	Kerangka Baja Ringan.....	12
2.5	4P (<i>Product, Price, Place, Promotion</i>).....	13
2.5.1	<i>Product</i>	14
2.5.2	<i>Price</i>	15
2.5.3	<i>Place</i>	16
2.5.4	<i>Promotion</i>	16
2.6	Uji Validitas.....	16
2.7	Uji Reliabilitas	17
2.8	IFAS dan EFAS	18
2.8.1	IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>).....	18
2.8.2	EFAS (<i>External Factor Analysis Summary</i>).....	20
2.9	Analisis SWOT	21
2.9.1	Faktor Faktor yang mempengaruhi SWOT.....	23
2.10	Analisis QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>).....	23
2.11	<i>Brainstorming</i>	24
2.12	Kuisisioner.....	24
2.13	Pengambilan Sampel	25
2.14	Penelitian Terdahulu.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		31
3.1	Jenis Penelitian	31
3.2	Teknik Pengumpulan Data	31
3.3	Waktu dan Lokasi Penelitian	32
3.4	Pengambilan Sampel	32

3.5	Teknik Pengujian Data	33
3.5.1	Uji Validitas	33
3.5.2	Uji Reliabilitas	33
3.6	Teknik Analisa Data	33
3.6.1	<i>Brainstorming</i>	33
3.6.2	Matriks IFAS dan EFAS	34
3.7	Teknik Pengolahan Data.....	36
3.7.1	4P (<i>Product, Price, Place, Promotion</i>)	36
3.7.2	Perancangan dan Penyebaran Kuisiонер.....	37
3.7.3	Analisis Matriks IFE dan Matriks EFE.....	37
3.7.4	Analisis Matriks IE dan Matriks SWOT	37
3.7.5	Analisis Matriks QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>).....	37
3.8	<i>Flowchart</i> Penelitian.....	38
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1	Profil Perusahaan	39
4.1.1	Alur Pembuatan Kerangka Baja Ringan	39
4.2	Demografi Responden	40
4.3	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	44
4.3.1	Uji Validitas.....	44
4.3.2	Uji Reliabilitas	46
4.4	Rekapitulasi Kuisiонер Matriks IFAS & EFAS.....	46
4.4.1	IFAS Rating dan Bobot Faktor Kekuatan & Kelemahan (Internal) ...	46
4.4.1	EFAS Rating dan Bobot Faktor Peluang & Ancaman (Eksternal).....	49
4.5	Penerapan Alternatif Strategi.....	51
4.6	Analisis SWOT	55

4.7	Analisis <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM).....	56
4.8	Target Penyelesaian Alternatif Strategi	61
4.9	Perbandingan Strategi SWOT dan QSPM.....	62
4.10	Target Penjualan CV. ADJ	63
4.11	Pembahasan	63
BAB V PENUTUP.....		65
5.1	Kesimpulan.....	65
5.2	Saran	65
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

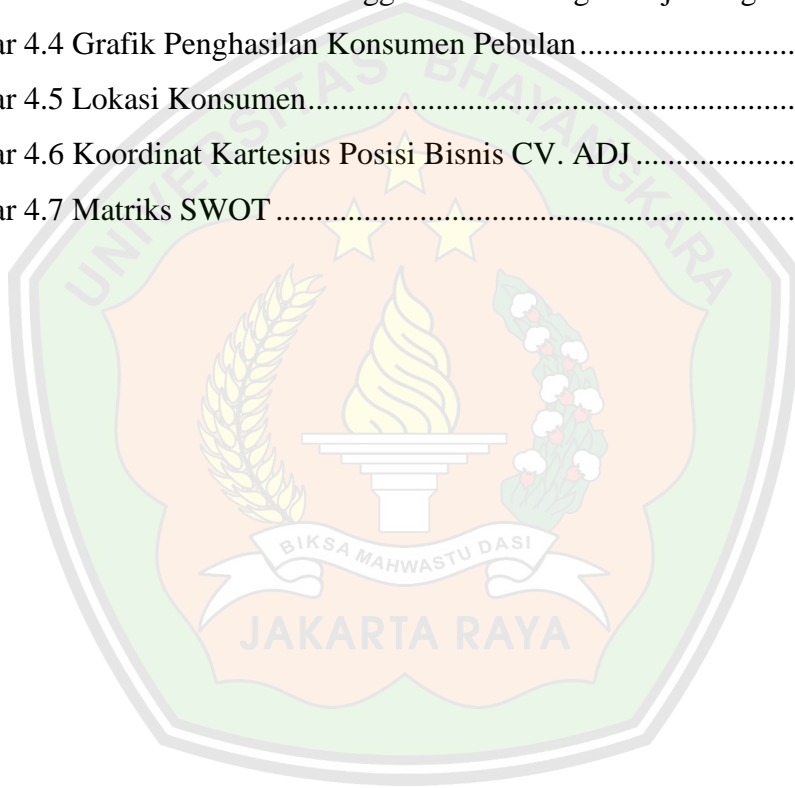
	Halaman
Tabel 1.1 Produk dan Harga 1 Unit Kerangka Baja Ringan	2
Tabel 1.2 4P dari Masing-Masing Perusahaan.....	3
Tabel 1.3 Total Penjualan Di Tahun 2023	4
Tabel 2.1 IFAS (<i>Internal Factor Analysis System</i>).....	18
Tabel 2.2 EFAS (<i>External Faktor Analysis System</i>).....	20
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Team <i>Brainstorming</i>	34
Tabel 3.2 Matriks IFAS dan EFAS	35
Tabel 3.3 4P (<i>Product, Price, Place, Promotion</i>).....	36
Tabel 4.1 Status Konsumen.....	40
Tabel 4.2 Sudah dan Belum menggunakan Kerangka Baja Ringan	41
Tabel 4.3 Penghasilan Konsumen Perbulan.....	42
Tabel 4.4 Lokasi Konsumen	43
Tabel 4.5 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel <i>Strength</i>	44
Tabel 4.6 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel <i>Weakness</i>	45
Tabel 4.7 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel <i>Opportunity</i>	45
Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel <i>Threat</i>	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.10 Rekapitulasi Rating dan Bobot Faktor Kekuatan (Internal)	47
Tabel 4.11 Rekapitulasi Rating dan Bobot Faktor Kelemahan (Internal).....	48
Tabel 4.12 Rekapitulasi Rating dan Bobot Faktor Peluang (Eksternal)	50
Tabel 4.13 Rekapitulasi Rating dan Bobot Faktor Ancaman (Eksternal).....	51
Tabel 4.14 Perhitungan total skor untuk variabel strategi.....	51
Tabel 4.15 Rumus Vektoral	54
Tabel 4.16 Hasil Kuesioner QSPM Strategi 1 Variabel SWOT	56
Tabel 4.17 Hasil Kuesioner QSPM Strategi 2 Variabel SWOT	57
Tabel 4.18 Hasil Kuesioner QSPM Strategi 3 Variabel SWOT	57
Tabel 4.19 Hasil Kuesioner QSPM Strategi 4 Variabel SWOT	58
Tabel 4.20 Nilai AS (<i>Attractive Score</i>) dan TAS (<i>Total Attractive Score</i>).....	59
Tabel 4.21 Peringkat Alternatif Strategi Pemasaran CV. ADJ	60

Tabel 4.22 Target Implementasi Strategi	61
Tabel 4.23 Perbandingan SWOT & QSPM	62
Tabel 4.24 Data Target Penjualan CV. ADJ 2024	63



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Penjualan di Tahun 2023	5
Gambar 2.1 Rumus Vektoral.....	22
Gambar 2.2 Koordinat Analisis SWOT	22
Gambar 3.1 <i>Flowchart</i> Penelitian	38
Gambar 4.1 Alur Pembuatan Kerangka Baja Ringan	39
Gambar 4.2 Grafik Status Konsumen	41
Gambar 4.3 Sudah dan Belum menggunakan Kerangka Baja Ringan.....	42
Gambar 4.4 Grafik Penghasilan Konsumen Pebulan.....	43
Gambar 4.5 Lokasi Konsumen.....	44
Gambar 4.6 Koordinat Kartesius Posisi Bisnis CV. ADJ	54
Gambar 4.7 Matriks SWOT	55



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Pengamatan Pertama
- Lampiran 2. Kuesioner Matriks IFAS dan EFAS
- Lampiran 3. Kuesioner QSPM
- Lampiran 4. Output SPSS Uji Validitas
- Lampiran 5. Output SPSS Uji Reliabilitas
- Lampiran 6. Estimasi Biaya Pembuatan Kerangka Baja Ringan
- Lampiran 7. Hasil Jawaban Matriks IFAS
- Lampiran 8. Hasil Jawaban Matriks EFAS
- Lampiran 9. *Team Brainstorming*
- Lampiran 10. Produk “Kerangka Baja Ringan”

