



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *BOX* KEMASAN ARIFIN  
*PACKAGING* DENGAN METODE SWOT DAN QSPM**

**SKRIPSI**

**HASNA RAFIFAH AZMI**

**1810312024**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

**FAKULTAS TEKNIK**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI**

**2022**



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *BOX* KEMASAN ARIFIN  
PACKAGING DENGAN METODE SWOT DAN QSPM**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh  
Gelar Sarjana Teknik**

**HASNA RAFIFAH AZMI**

**1810312024**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

**FAKULTAS TEKNIK**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI**

**2022**

## HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Hasna Rafifah Azmi

NIM : 1810312024

Program Studi : Teknik Industri

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran *Box* Kemasan Arifin  
*Packaging* Dengan Metode SWOT dan QSPM

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

**Dr. Ir. Halim Machfud, Msc**

Penguji Utama

**Dr. Yulizar Widiatama, M.Eng**

Penguji I

**Dr. Nanang Alamsyah, ST., MT., IPM**

Penguji II

**Dr. Ir. Reda Rizal, B.Sc, M.Si. IPU**

Dekan

**Muhammad As'Adi, ST, MT., IPM**

Kepala Program Studi

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 8 Juli 2022

## HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

Analisis Strategi Pemasaran Box Kemas Arifin *Packaging* Dengan Metode  
SWOT dan QSPM

Disusun Oleh:



Hasna Rafifah Azmi

1810312024

Menyetujui,



Dr. Nanang Alamsyah, ST., MT., IPM

Pembimbing I



Santika Sari, ST., MT

Pembimbing II

Menyetujui,



Muhammad As'Adi, ST, MT., IPM

Kepala Program Studi

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Hasna Rafifah Azmi

NIM : 1810312024

Tanggal : 8 Juli 2022

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 8 Juli 2022

Yang Menyatakan,



Hasna Rafifah Azmi

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hasna Rafifah Azmi

NIM : 1810312024

Program Studi : Teknik Industri

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya berikut ini yang berjudul:

**“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *BOX* KEMASAN ARIFIN  
*PACKAGING* DENGAN METODE SWOT DAN QSPM”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 8 Juli 2022

Yang Menyatakan,



Hasna Rafifah Azmi

# **Analisis Strategi Pemasaran *Box* Kemasan Arifin *Packaging* Dengan Metode SWOT dan QSPM**

**Hasna Rafifah Azmi**

## **ABSTRAK**

Arifin *Packaging* merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam pembuatan *box* kemasan yang berbahan dasar kardus. Arifin *Packaging* memproduksi *box* kemasan dengan berbagai ukuran dari terkecil sampai yang terbesar sesuai keinginan customer. Permasalahan pada usaha ini adalah Arifin *Packaging* masih bergantung kepada jumlah pesanan dari pelanggan yang dibuat dalam sistem *pre-order* selama 3-5 hari dan dalam memasarkan produknya hanya dari mulut ke mulut, sehingga ruang lingkup penjualannya belum terjangkau oleh masyarakat luas. Tujuan dari penelitian ini untuk mendapatkan strategi bisnis yang tepat berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal perusahaan. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu matriks IFE dan EFE, matriks IE, Matriks SWOT, dan QSPM. Hasil matriks IE menunjukkan Arifin *Packaging* berada pada sel II yaitu tumbuh dan membangun. Terdapat lima strategi alternatif berdasarkan matriks IE dan SWOT. Pada perhitungan QSPM dengan membandingkan strategi usulan dan strategi existing, didapatkan nilai total daya tarik terbesar sebagai strategi yang diprioritaskan adalah strategi usulan.

**Kata Kunci:** Matriks IFE EFE, Matriks IE, Strategi Pemasaran, QSPM, SWOT.

***Marketing Strategy Analysis of Arifin Packaging Box Using The SWOT and QSPM Methods***

**Hasna Rafifah Azmi**

***ABSTRACT***

*Arifin Packaging is one of the businesses engaged in the manufacture of packaging box made of cardboard. Arifin Packaging produces packaging box of various sizes according to customer wishes. The problem with this business is that Arifin Packaging still relies on the number of orders from customers who have a pre-order system for 3-5 days and in marketing products only by word of mouth, so the scope of sales has not been reached by the wider community. The purpose of this research is to arrive at the right business strategy based on the company's internal and external factors. The methods used in this research are the IFE and EFE matrix, the IE matrix, the SWOT matrix, and QSPM. The IE metric results show that Arifin Packaging is in cell II, which is growing and building. There are five alternative strategies based on IE and the SWOT matrix. In the calculation of QSPM by comparing the proposed strategy and the existing strategy, it is obtained that the greatest total attractiveness as a prioritized strategy is the proposed strategy.*

***Keywords:*** IFE EFE Matrix, IE Matrix, Marketing Strategy, QSPM, SWOT.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala karunia, rahmat, dan nikmat-Nya yang telah diberikan sehingga penulis diberikan kemampuan dan kesempatan untuk menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *BOX* KEMASAN ARIFIN *PACKAGING* DENGAN METODE SWOT DAN QSPM” dengan tepat waktu.

Laporan tugas akhir ini merupakan salah satu output dari mata kuliah skripsi yang harus diselesaikan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi S-1 Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan dengan sebaik-baiknya. Terima kasih diucapkan kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta’ala yang telah memberikan segala bentuk karunia dan kelancaran bagi penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
2. Kedua orang tua yang saya cintai dan seluruh saudara yang telah mendoakan, mendukung dan memberikan bantuan dari berbagai bentuk.
3. Bapak Dr. Ir. Reda Rizal, B.Sc, M.Si. IPU selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
4. Bapak Ir. Muhammad As’Adi, MT selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
5. Bapak Dr. Nanang Alamsyah, S.T., M.T selaku dosen pembimbing 1 yang telah bersedia memberikan arahan, pengetahuan, saran dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
6. Ibu Santika Sari, S.T., M.T selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan arahan kepada penulis dalam penulisan Tugas Akhir.

7. Arifin *Packaging* yang telah bersedia bekerja sama dengan penulis dalam pengambilan data demi kelancaran Tugas Akhir.
8. Mas Ali Arifin, selaku pemilik usaha yang telah mengizinkan penulis untuk mengangkat permasalahan yang ada di Arifin *Packaging* sebagai studi kasus yang dibahas dalam Tugas Akhir, serta para karyawan dan pelanggan yang telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis.
9. Bapak Dr. Ir. Halim Machfud, Msc dan Bapak Dr. Yulizar Widiatama, M.Eng, selaku dosen penguji yang telah membeirkan kritik, saran serta masukan kepada penulis sehingga dapat menyempurnakan Tugas Akhir.
10. Seluruh teman-teman Teknik Industri Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Angkatan 2018 yang telah memberikan dukugan dan semangat kepada penulis.
11. Sahabat penulis, Yuspin, Putri, Anisa, Nabilah, Ayu, Tarfi yang selalu memberikan semangat dan terima kasih kepada Andrhy yang senantiasa memberikan segala dukungan dan bantuannya kepada penulis.
12. Seluruh pihak yang terlibat yang tidak dapat disebutkan satu persatu telah berkenan mendukung penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima setiap saran yang membangun dengan senang hati. Semoga Laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 8 Juli 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Batasan Masalah .....	5
1.6 Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Manajemen Strategi .....	11
2.3 Tipe Strategi .....	13
2.3.1 Strategi Integrasi ( <i>Integration Strategy</i> ) .....	13
2.3.2 Strategi Intensif ( <i>Intensive Strategy</i> ) .....	14
2.3.3 Strategi Diversifikasi ( <i>Integration Strategy</i> ) .....	14
2.3.4 Strategi Defensif ( <i>Defensive Strategy</i> ) .....	15
2.4 Strategi Pemasaran .....	15
2.4.1 Bauran Pemasaran .....	16
2.5 Formulasi Strategi .....	18
2.5.1 <i>Input Stage</i> .....	19
2.5.2 <i>Matching Stage</i> .....	22
2.5.3 <i>Decision Stage</i> .....	26
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....	<b>28</b>

3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	28
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	28
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	28
3.3.1	Jenis Data.....	28
3.3.2	Sumber Data.....	29
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	29
3.5	Tahap Pengolahan Data .....	29
3.6	Kesimpulan dan Saran .....	30
3.7	<i>Flowchart</i> Penelitian.....	30
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>32</b>
4.1	Profil Perusahaan .....	32
4.2	Atribut Faktor Internal dan Eksternal .....	33
4.2.1	Audit Faktor Internal Arifin <i>Packaging</i> .....	33
4.2.2	Audit Faktor Eksternal Arifin <i>Packaging</i> .....	37
4.3	Input Stage .....	40
4.3.1	Analisis Faktor Internal Arifin <i>Packaging</i> .....	40
4.3.2	Analisis Faktor Eksternal Arifin <i>Packaging</i> .....	41
4.3.3	Matrik IFE-EFE .....	43
4.4	<i>Matching Stage</i> .....	50
4.4.1	Matriks IE .....	50
4.4.2	Matriks SWOT.....	51
4.4.3	Hubungan Antara Matriks IE dan Matriks SWOT pada <i>Matching Stage</i> .....	56
4.5	Decision Stage .....	57
4.5.1	QSPM.....	57
4.6	Analisis Hasil Strategi.....	60
<b>BAB 5 PENUTUP .....</b>		<b>64</b>
5.1	<b>Kesimpulan</b> .....	64
5.2	<b>Saran</b> .....	65

#### DAFTAR PUSTAKA

#### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

#### LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 2. 2 Hasil Penelitian Terdahulu (Lanjutan).....	9
Tabel 2. 3 Hasil Penelitian Terdahulu (Lanjutan).....	10
Tabel 2. 4 Formulasi Strategi.....	18
Tabel 2. 5 Perhitungan Matrik IFE .....	20
Tabel 2. 6 Perhitungan Matrik EFE .....	22
Tabel 2. 7 Analisis SWOT .....	24
Tabel 2. 8 Perhitungan QSPM .....	27
Tabel 4. 1 Atribut Faktor Internal .....	40
Tabel 4. 2 Atribut Faktor Internal (Lanjutan) .....	41
Tabel 4. 3 Faktor Internal.....	41
Tabel 4. 4 Audit Faktor Eksternal.....	42
Tabel 4. 5 Faktor Eksternal .....	42
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Bobot Matriks IFE .....	43
Tabel 4. 7 Rekapitulasi Bobot Matriks IFE (Lanjutan).....	44
Tabel 4. 8 Ketentuan Nilai Rating .....	44
Tabel 4. 9 Rekapitulasi Rating Matriks IFE .....	44
Tabel 4. 10 Rekapitulasi Rating Matriks IFE (Lanjutan).....	45
Tabel 4. 11 Hasil Skor Matriks IFE .....	45
Tabel 4. 12 Hasil Skor Matriks IFE (Lanjutan) .....	46
Tabel 4. 13 Rekapitulasi Bobot Matriks EFE .....	47
Tabel 4. 14 Rekapitulasi Rating Matriks EFE .....	48
Tabel 4. 15 Hasil Skor Matriks EFE.....	49
Tabel 4. 16 Matriks SWOT.....	51
Tabel 4. 17 Matriks SWOT (Lanjutan).....	52
Tabel 4. 18 Perbandingan Strategi Usulan dan Strategi Existing .....	57
Tabel 4. 19 Rekapitulasi Hasil QSPM .....	58
Tabel 4. 20 Prioritas Alternatif Strategi .....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Permintaan 2021 .....	2
Gambar 1. 2 Perbandingan Data Kompetitor .....	3
Gambar 2. 1 Matriks Internal Eksternal (IE) .....	25
Gambar 3. 1 Flowchart Penelitian.....	31
Gambar 4. 1 Produk <i>Box Kemasan Arifin Packaging</i> .....	33
Gambar 4. 2 Hasil Matriks IE <i>Arifin Packaging</i> .....	50
Gambar 4. 3 Mesin sliter.....	61
Gambar 4. 4 Profil Bisnis Kompetitor di Shopee .....	62
Gambar 4. 5 Contoh <i>Design</i> untuk Promosi .....	64

## **DAFTAR LAMPIRAN**

**Lampiran 1.** Rekapitulasi Wawancara

**Lampiran 2.** Kuesioner IFE EFE

**Lampiran 3.** Penilaian Responden Pada Kuesioner IFE EFE

**Lampiran 4.** Kuesioner QSPM