



**PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA
U ONE PLASTIC DENGAN IMPLEMENTASI MATRIKS
SWOT DAN QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING
MATRIX (QSPM)**

SKRIPSI

PUJA AHMAD FURGANI

1910312037

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS TEKNIK
PROGRAM STUDI S1 TEKNIK INDUSTRI
2023**



**PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA
U ONE PLASTIC DENGAN IMPLEMENTASI MATRIKS
SWOT DAN QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING
MATRIX (QSPM)**

SKRIPSI

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

PUJA AHMAD FURGANI

1910312037

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS TEKNIK
PROGRAM STUDI S1 TEKNIK INDUSTRI
2023**

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Puja Ahmad Furgani

NIM : 1910312037

Program Studi : Teknik Industri

Judul Skripsi : Perancangan Strategi Pemasaran pada Usaha U One Plastic dengan Implementasi Matriks SWOT dan Quantitative Strategic Planning Matrix (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.

Ir. Siti Rohana N, MT

Penguji Utama

Dr. Nanang Alamsyah, ST.MT

Penguji I

Dr. Yulizar Widyatama, M.Eng

Penguji II



Dr. Henry B H Sitorus, ST., MT.

Dekan Fakultas Teknik

Muhammad As'adi, S.T., M.T., IPM.

Kepala Program Studi Teknik Industri

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 5 Juli 2023

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

**PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA
U ONE PLASTIC DENGAN IMPLEMENTASI MATRIKS
SWOT DAN QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING
MATRIX (QSPM)**

Disusun oleh:

Puja Ahmad Furgani

1910312037

Menyetujui,



Dr. Yulizar Widyatama, M.Eng

Pembimbing I



Donny Montreano, ST, MT, IPM

Pembimbing II

Mengetahui,

Ketua Program Studi S-1 Teknik Industri



Muhammad As'Adi, S.T., M.T., IPM.

Kepala Program Studi Teknik Industri

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Laporan tugas akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Puja Ahmad Furgani

NIM : 1910312037

Tanggal : 5 Juli 2023

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

Jakarta, 5 Juli 2023

Yang Menyatakan,



(Puja Ahmad Furgani)

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Puja Ahmad Furgani
NIM : 1910312037
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:

“PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA U ONE PLASTIC DENGAN IMPLEMENTASI MATRIKS SWOT DAN QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (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 : 5 Juli 2023

Yang Menyatakan,



(Puja Ahmad Furgani)

PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA U ONE PLASTIC DENGAN IMPLEMENTASI MATRIKS SWOT DAN QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)

Puja Ahmad Furgani

ABSTRAK

U One Plastic merupakan usaha yang bertempat pada rumah toko (ruko) yang baru berjalan sekitar kurang lebih satu setengah tahun. U One Plastic beroperasi pada ruko bertingkat dua lantai. Masalah yang dihadapi muncul karena keuntungan bersih dari bulan Juli sampai Desember 2022 mengalami penurunan. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang mempengaruhi strategi pemasaran serta menentukan alternatif strategi terbaik yang dapat diterapkan untuk meningkatkan penjualan pada U One Plastic. Penentuan posisi matriks IE didasarkan pada hasil total skor matriks IFA yang diberi bobot pada sumbu X dan total skor matriks EFA pada sumbu Y. Total nilai matriks IFA sebesar 2.74138 dan nilai matriks EFA sebesar 3.1074 sehingga didapatkan posisi U One Plastic pada kuadran 2, dimana posisi ini adalah *Grow & Build*. Berdasarkan hasil matriks SWOT didapatkan 12 alternatif strategi lalu ditentukan prioritas dari pertama sampai kedua belas menggunakan QSPM. Prioritas pertama alternative strategi yang didapat adalah “Mencari tahu produk-produk mana saja yang jarang dibeli oleh konsumen lalu berhenti membeli produk-produk tersebut dari pemasok dan fokus pada produk yang laku/sering dibeli”

Kata Kunci: U One Plastic, IFA, EFA, SWOT, QSPM

**MARKETING STRATEGY DESIGN IN BUSINESS
U ONE PLASTIC WITH SWOT MATRIX AND QUANTITATIVE
STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM) IMPLEMENTATION**

Puja Ahmad Furgani

ABSTRACT

U One Plastic is a business located in a shop house (shophouse) that has only been running for about one and a half years. U One Plastic operates in a two-story shophouse. The problem faced arises because the net profit from July to December 2022 has decreased. The purpose of this study was conducted to identify and analyze the company's internal and external environmental factors that affect marketing strategies and determine the best alternative strategies that can be applied to increase sales at U One Plastic. Determination of the position of the IE matrix is based on the results of the total score of the IFA matrix which is weighted on the X axis and the total score of the EFA matrix on the Y axis. The total value of the IFA matrix is 2.74138 and the value of the EFA matrix is 3.1074 so that the position of U One Plastic is obtained in quadrant 2, where this position is Grow & Build. Based on the results of the SWOT matrix, 12 alternative strategies are obtained and then prioritized from first to twelfth using QSPM. The first priority of alternative strategies obtained is " Find out which products are rarely purchased by consumers and then stop buying these products from suppliers and focus on products that are frequently purchased ".

Keywords: *U One Plastic, IFA, EFA, SWOT, QSPM*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadirat Allah Subhanahuata'ala yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan penelitian akhir ini dengan judul **“Perancangan Strategi Pemasaran pada Usaha U One Plastic dengan Implementasi Matriks SWOT dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)”** sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan mata kuliah tugas akhir yaitu skripsi dan sekaligus sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana teknik pada jurusan Teknik Industri Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan semangat, motivasi, saran, bimbingan dan bantuan dalam penulisan laporan tugas akhir ini baik secara langsung maupun tidak langsung, terutama kepada:

1. Bapak Ir. Muhammad As'Adi, ST., MT., IPM sebagai ketua program studi S1 Teknik Industri.
2. Bapak Dr. Yulizar Widyatama, M.Eng sebagai dosen pembimbing pertama.
3. Bapak Donny Montreano, ST, MT, IPM sebagai dosen pembimbing kedua.
4. Ibu Ir. Siti Rohana N, MT sebagai dosen penguji pertama.
5. Bapak Dr. Nanang Alamsyah, ST.MT sebagai dosen penguji kedua.
6. Kedua orang tua penulis, Ayahanda Isman Danial dan Ibunda Indrawati yang telah berjuang membesarkan dan menyekolahkan penulis sampai saat ini.
7. Kedua kakak saya, Farhan Furgani dan Atikah Dwi Furgani yang telah memberi saya semangat selama pengerjaan skripsi.
8. Pemilik U One Plastic, karena telah memberikan saya izin untuk menggunakan tempatnya sebagai objek penelitian pada skripsi ini.
9. Teman-teman dekat saya yaitu Aido, Ilham, Rayhan, Steven, Teddy dan Toby yang sudah memberikan saya semangat, motivasi dan saran selama pengerjaan skripsi.

10. Seluruh mahasiswa bimbingan Bapak Yulizar dan Bapak Donny terutama kepada Aido, Rafi Dwi, Kezia, Ericho dan Dila yang telah memberikan saya semangat, motivasi dan saran selama pengerjaan skripsi.

11. Semua mahasiswa teknik industri angkatan 2019 yang telah menemani saya dari awal semester sampai akhir semester.

Dalam penulisan laporan ini, peneliti menyadari bahwa laporan ini jauh dari kata sempurna, karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak agar laporan ini dapat menjadi lebih baik di masa mendatang.

Peneliti berharap laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca maupun peneliti sendiri

Jakarta, 26 Juni 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	ii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Ruang Lingkup	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Pemasaran.....	6
2.1.1 Fungsi dan Tujuan Pemasaran	7
2.1.2 Strategi Pemasaran	8
2.2 Kuesioner.....	8
2.3 Jumlah Responden.....	9
2.4 Marketing Mix.....	10
2.5 Internal Factor Analysis	11
2.6 External Factor Analysis	12
2.7 Competitive Profile Matrix	12
2.8 Internal-External Matrix.....	13
2.9 SWOT dan Matriks SWOT	14
2.10 Quantitative Strategic Planning Matrix	15
2.11 Rujukan Penelitian	16
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	19

3.1	Flow Chart Penelitian	19
3.2	Pengumpulan Data Awal	20
3.3	Identifikasi Masalah	20
3.4	Rumusan Masalah	20
3.5	Perancangan dan Penyebaran Kuesioner	21
3.6	Penentuan Jumlah Responden	22
3.7	Pengumpulan Data	23
3.7.1	Data Primer	23
3.7.2	Data Sekunder	23
3.8	Tahapan Internal & External Factor Analysis (IFA & EFA)	23
3.9	Tahapan Competitive Profile Matrikx (CPM).....	24
3.10	Tahapan Matriks Internal External (IE)	25
3.11	Tahapan Matriks SWOT	26
3.12	Tahapan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).....	26
3.13	Tahap Analisis dan Pembahasan	27
3.14	Tahap Kesimpulan dan Saran	27
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1	Kuesioner.....	28
4.2	Metode Penyebaran Kuesioner.....	29
4.3	IFA & EFA	30
4.3.1	Rating IFA dan EFA	30
4.3.2	Konversi Rating	32
4.3.3	Matriks IFA dan EFA	34
4.4	Competitive Profile Matrix (CPM)	36
4.5	Matriks Internal-External (IE).....	37
4.6	Matriks SWOT	38
4.7	Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)	41
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	45
5.1	Kesimpulan.....	45
5.2	Saran	48
DAFTAR PUSTAKA		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Matriks IE	13
Gambar 3.1 Flow Chart Penelitian	19
Gambar 3.3 Matriks IE	25
Gambar 4.1 Hasil Matriks IE.....	37

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan U One Plastic dari Bulan Juli – Desember 2022.....	2
Tabel 1.2	Data Keuntungan U One Plastic dari Bulan Juli – Desember 2022.....	2
Tabel 2.1	Matriks IFA	12
Tabel 2.2	Matriks EFA	12
Tabel 2.3	CPM	13
Tabel 2.4	Matriks SWOT	15
Tabel 2.5	Matriks QSPM.....	15
Tabel 2.6	Rujukan Penelitian	16
Tabel 3.1	Kuesioner IFA & EFA	21
Tabel 3.2	Kuesioner QSPM.....	22
Tabel 3.3	Matriks SWOT	26
Tabel 3.4	Matriks IFA	24
Tabel 3.5	Matriks EFA	24
Tabel 3.6	Matriks CPM	25
Tabel 3.7	Matriks QSPM.....	27
Tabel 4.1	Kuesioner IFA	28
Tabel 4.2	Kuesioner EFA	28
Tabel 4.3	Pengisi Rating dan Bobot	29
Tabel 4.4	Rating IFA	30
Tabel 4.5	Rating EFA	31
Tabel 4.6	Konversi Rating	32
Tabel 4.7	Konversi Rating IFA	32
Tabel 4.8	Konversi Rating EFA	33
Tabel 4.9	Matriks IFA	34
Tabel 4.10	Matriks EFA	35
Tabel 4.11	CPM	36
Tabel 4.12	Matriks SWOT	38
Tabel 4.13	Tabel SWOT Grow & Build	39
Tabel 4.14	Rating tiap Faktor	41
Tabel 4.15	QSPM	42

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1.** Tempat Penelitian
- Lampiran 2.** Data Skripsi
- Lampiran 3.** Rekapitulasi Diskusi Kuesioner
- Lampiran 4.** QR Code Kuesioner
- Lampiran 5.** Hasil Kuesioner IFA
- Lampiran 6.** Hasil Kuesioner EFA
- Lampiran 7.** Data Rating CPM