



**ANALISIS STRATEGI PENJUALAN PERUSAHAAN
MENGUNAKAN METODE *CLUSTERING QUANTITATIVE
STRATEGIC PLANNING MATRIX* (STUDI KASUS CV
ARYAMALIA CERIA MANDIRI)**

SKRIPSI

ALIFFIANI BISWA SALSABILA

2010312064

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA

FAKULTAS TEKNIK

PROGRAM STUDI S1 TEKNIK INDUSTRI

2024



**ANALISIS STRATEGI PENJUALAN PERUSAHAAN
MENGUNAKAN METODE *CLUSTERING QUANTITATIVE
STRATEGIC PLANNING MATRIX* (STUDI KASUS CV
ARYAMALIA CERIA MANDIRI)**

SKRIPSI

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

ALIFFIANI BISWA SALSABILA

2010312064

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA

FAKULTAS TEKNIK

PROGRAM STUDI S1 TEKNIK INDUSTRI

2024

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Aliffiani Biswa Salsabila

NIM : 2010312064

Program Studi : Teknik Industri


Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI PENJUALAN PERUSAHAAN
MENGUNAKAN METODE *CLUSTERING*
QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (STUDI
KASUS CV ARYAMALIA CERIA MANDIRI)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan 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. Nur Fajriah, ST., MT., IPM.


Penguji Utama


Dr. Yulizar Widyatama, M.Eng

Penguji I


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

Penguji II


Dr. Muchamad Oktaviandri, S.T., M.T., IPM., ASEAN.Eng

Pk. Dekan Fakultas Teknik


Santika Sari ST., MT.

Kepala Program Studi Teknik Industri

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 16 Februari 2024

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

ANALISIS STRATEGI PENJUALAN PERUSAHAAN MENGGUNAKAN
METODE *CLUSTERING QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX*
(STUDI KASUS CV ARYAMALIA CERIA MANDIRI)

Disusun Oleh :

Aliffiani Biswa Salsabila

2010312064

Menyetujui,



Dr. Nanang Alamsyah, S.T., M.T., IPM.
Pembimbing I



Dr. Ir. Reda Rizal, B.Sc., M.Si., IPU., ASEANEng.
Pembimbing II

Mengetahui,



Santika Sari, ST., MT.

Ketua Program Studi S1 Teknik Industri

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Aliffiani Biswa Salsabila

NIM : 2010312064

Program Studi : Teknik Industri

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

Jakarta, 16 Februari 2024

Yang Menyatakan,



(Aliffiani Biswa Salsabila)

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Aliffiani Biswa Salsabila

NIM : 2010312064

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 PENJUALAN PERUSAHAAN MENGGUNAKAN METODE *CLUSTERING QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX* (STUDI KASUS CV ARYAMALIA CERIA MANDIRI)”

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 pemilih hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 16 Februari 2024

Yang Menyatakan,



(Aliffiani Biswa Salsabila)

ANALISIS STRATEGI PENJUALAN PERUSAHAAN MENGGUNAKAN METODE *CLUSTERING QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING* MATRIX (STUDI KASUS CV ARYAMALIA CERIA MANDIRI)

Aliffiani Biswa Salsabila

ABSTRAK

CV Aryamalia Ceria Mandiri merupakan sebuah usaha yang menjual sprei, handuk, bed cover dan selimut secara grosir maupun eceran. CV ini awalnya memiliki toko offline namun terpaksa menutupnya akibat dampak Covid-19, kini mengandalkan penjualan secara online. Selain itu, ketatnya persaingan dan target penjualan yang belum dapat terpenuhi membuat CV ini harus terus berinovasi agar dapat bertahan ditengah persaingan dan meningkatkan penjualan mereka. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan rekomendasi strategi yang sesuai dengan kondisi CV Aryamalia Ceria Mandiri saat ini. Untuk merekomendasikan strategi, metode yang digunakan adalah matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, matriks SPACE, matriks SWOT, dan C-QSPM. Berdasarkan pengolahan matriks IE, perusahaan berada di sel V dengan kategori *hold and maintain* dan kuadran konservatif pada matriks SPACE. Pada matriks SWOT terdapat 8 formulasi alternatif strategi. Pada tahap C-QSPM alternatif strategi yang memiliki *Sum Total Attractive Score* tertinggi adalah strategi "Memaksimalkan penggunaan social media dalam pemasaran produk" dengan nilai sebesar 5,6739.

Kata Kunci: Pengembangan Usaha, Klasterisasi, QSPM

ANALYSIS OF THE COMPANY'S SALES STRATEGY USING THE QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX CLUSTERING METHOD (CASE STUDY CV ARYAMALIA CERIA MANDIRI)

Aliffiani Biswa Salsabila

ABSTRACT

CV Aryamalia Ceria Mandiri is a business that sells bed linen, towels, bed covers and blankets wholesale and retail.. This CV originally had an offline store but was forced to close it due to the impact of Covid-19, now relying on online sales. In addition, the tight competition and unmet sales targets make this CV must continue to innovate in order to survive in the midst of competition and increase their sales. The purpose of this research is to provide strategy recommendations that are in accordance with the current condition of CV Aryamalia Ceria Mandiri. To recommend strategies, the methods used are IFE matrix, EFE matrix, IE matrix, SPACE matrix, SWOT matrix, and C-QSPM. Based on the IE matrix processing, the company is in cell V with the hold and maintain category and the conservative quadrant in the SPACE matrix. In the SWOT matrix there are 8 alternative strategy formulations. At the C-QSPM stage, the alternative strategy that has the highest Sum Total Attractive Score is the "Maximizing the use of social media in product marketing" strategy with a value of 5.6739.

Keywords: Business Development, Clustering, QSPM

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuna-Nya, karena berkat-Nya penulis dapat menyelesaikan pembuatan skripsi dengan judul “Analisis Strategi Penjualan Perusahaan Menggunakan Metode *Clustering Quantitative Strategic Planning Matrix* (Studi Kasus CV Aryamalia Ceria Mandiri)” dengan lancar. Dalam rangka agar terpenuhinya syarat akademis guna memperoleh gelar sarjana di Program Teknik Industri Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari beberapa pihak yang ikut andil dalam menolong penulis melalui bimbingan, arahan serta petunjuk. Penulis ingin memberikan ungkapan terima kasih khususnya untuk:

1. Orang tua beserta keluarga besar yang memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
2. Bapak Dr. Muchamad Oktaviandri, S.T., M.T., IPM., ASEAN.Eng selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Pembangunan “Veteran” Jakarta.
3. Ibu Santika Sari ST., MT. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
4. Bapak Dr. Nanang Alamsyah, ST., MT., IPM. selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama perkuliahan dan pengerjaan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Ir. Reda Rizal, B.Sc., M.Si., IPU., ASEAN.Eng. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama perkuliahan dan pengerjaan skripsi ini.
6. Bapak Inu Arya dan Ibu Siti Mardiyah selaku pihak dari CV Aryamalia Ceria Mandiri yang telah memberi kesempatan untuk mempelajari permasalahan yang ada.
7. Para dosen Teknik Industri UPN “Veteran” Jakarta yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama perkuliahan.
8. Hana, Anis, Nadhira, dan Luna yang sudah membantu dan menemani penulis selama masa perkuliahan sampai penelitian ini selesai.

9. Alvin, Nayah, Dina, Nabilah, Indra, Sisi, Aini, Kirana., dan Vandhi yang memberikan semangat dan motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi.
10. Teman-teman Teknik Industri 2020 yang memberikan masukan dan informasi selama pembuatan skripsi hingga selesai.
11. Seluruh pihak lain yang telah mendukung dan membantu penulis yang tidak dapat dituliskan satu per satu.
12. Terakhir untuk diri saya sendiri, Aliffiani Biswa Salsabila yang tidak pernah menyerah, selalu berusaha, dan berjuang untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian yang dilakukan ini. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala kesalahan yang ditemukan dan penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun untuk perbaikan kedepan. Penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri, perusahaan, dan pembaca.

Jakarta, Februari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	ii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR SINGKATAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Masalah.....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Manajemen Strategi.....	12
2.3 Jenis Strategi.....	13

2.3.1	Strategi Integrasi (<i>Integration Strategy</i>)	14
2.3.2	Strategi Intensif (<i>Intensive Strategy</i>).....	15
2.3.3	Strategi Diversifikasi (<i>Deversification Strategy</i>).....	16
2.3.4	Strategi Defensif (<i>Defensive Strategy</i>).....	17
2.4	Kerangka Perumusan Strategi	18
2.4.1	<i>Input Stage</i>	18
2.4.2	<i>Matching Stage</i>	22
2.4.3	<i>Decision Stage</i>	29
2.5	<i>Clustering Method</i>	31
2.5.1	Koefisien Kemiripan yang Diusulkan	32
2.5.2	Langkah-langkah untuk melakukan klasterisasi	32
BAB 3 METODE PENELITIAN.....		35
3.1	Tahap Persiapan.....	35
3.1.1	Tempat dan Waktu Penelitian	35
3.1.2	Jenis Penelitian.....	35
3.2	Tahap Pengumpulan Data.....	36
3.2.1	Data Primer	36
3.2.2	Data Sekunder	37
3.3	Tahap Pengolahan Data.....	38
3.3.1	<i>Input Stage</i>	38
3.3.2	<i>Matching Stage</i>	38
3.3.3	<i>Decision Stage</i>	39
3.4	Tahap Akhir.....	39
3.5	Diagram Alir (Flowchart) Penelitian.....	40
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Profil Usaha	41

4.2	Atribut Faktor Internal dan Eksternal.....	41
4.2.1	Audit Faktor Internal CV Aryamalia Ceria Mandiri.....	41
4.2.2	Audit Faktor Eksternal CV Aryamalia Ceria Mandiri.....	42
4.3	Penyebaran Kuesioner.....	43
4.4	<i>Input Stage</i>	43
4.4.1	Matriks Internal Factor Evaluation (IFE).....	43
4.4.2	Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE).....	47
4.5	<i>Matching Stage</i>	50
4.5.1	Matriks IE.....	50
4.5.2	Matriks SPACE.....	51
4.5.3	Matriks SWOT.....	56
4.5.4	Hubungan Hasil Strategi pada <i>Matching Stage</i>	64
4.6	<i>Decision Stage</i>	65
4.6.1	QSPM.....	65
4.6.2	C-QSPM.....	68
4.6.3	Analisis Hasil Alternatif Strategi.....	72
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....		74
5.1	Kesimpulan.....	74
5.2	Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA		
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persentase Pertumbuhan PDB Lapangan Usaha dengan Penurunan Drastis	1
Gambar 1. 2 Data Penjualan CV Aryamalia Ceria Mandiri pada tahun 2022-2023	4
Gambar 2. 1 Kerangka Perumusan Strategi.....	18
Gambar 2. 2 Matriks Internal-Eksternal (IE).....	24
Gambar 2. 3 Faktor Matriks SPACE	24
Gambar 2. 4 SPACE (<i>Strategic Position and Action Evaluation</i>) Matrix.....	28
Gambar 2. 5 Matriks QSPM	31
Gambar 3. 1 Flowchart Penelitian	40
Gambar 4. 1 Matriks IE (Pengolahan Data, 2024)	51
Gambar 4. 2 Matriks SPACE (Pengolahan Data, 2024).....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pertumbuhan PDB Tangerang Selatan Sektor Perdagangan 2017-2022.	2
Tabel 2. 1 Penelitian Pendahuluan	9
Tabel 2. 2 Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	20
Tabel 2. 3 Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	222
Tabel 2. 4 SWOT (<i>Strenght Weakness Opportunity Threat</i>) Matrix.....	26
Tabel 4. 1 Atribut Internal Perusahaan.....	42
Tabel 4. 2 Atribut Eksternal Perusahaan	42
Tabel 4. 3 Pengisian Bobot dan Rating	43
Tabel 4. 4 Tabel Pembobotan Matriks IFE	44
Tabel 4. 5 Tabel Konversi Nilai Rating.....	44
Tabel 4. 6 Tabel Rating Matriks IFE.....	45
Tabel 4. 7 Tabel Skor Matriks IFE.....	46
Tabel 4. 8 Tabel Pembobotan Matriks EFE	47
Tabel 4. 9 Tabel Rating EFE	48
Tabel 4. 10 Tabel Skor Matriks EFE.....	49
Tabel 4. 11 Tabel Competitive Position (CP)	52
Tabel 4. 12 Tabel Industry Position (IP)	52
Tabel 4. 13 Tabel Financial Position (FP).....	52
Tabel 4. 14 Tabel Stability Position (SP)	52
Tabel 4. 15 Nilai Sumbu X Pada Matrix SPACE.....	53
Tabel 4. 16 Nilai Sumbu Y Pada Matrix SPACE.....	54
Tabel 4. 17 Matrix SWOT	57
Tabel 4. 18 Alternatif Strategi	66
Tabel 4. 19 Rekaitulasi STAS dan Peringkat Alternatif Strategi	67
Tabel 4. 20 Matriks Strategi – Faktor Strength Weakness	68
Tabel 4. 21 Matriks Strategi – Faktor Opportunity Threat.....	68
Tabel 4. 22 Matrks Strategi – Strategi.....	69
Tabel 4. 23 Tabel Klaster Strategi.....	71
Tabel 4. 24 Tabel Peringkat C-QSPM.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Pembobotan Faktor Internal dan Eksternal

Lampiran 2 Kuesioner Rating IFE

Lampiran 3 Kuesioner Rating EFE

Lampiran 4 Hasil Kuesioner Pembobotan IFE & EFE

Lampiran 5 Hasil Kuesioner IFE

Lampiran 6 Hasil Kuesioner EFE

Lampiran 7 Kuesioner SPACE

Lampiran 8 Kuesioner QSPM

Lampiran 9 Tabel Pengolahan QSPM

Lampiran 10 Dokumentasi penelitian

DAFTAR SINGKATAN

CV	: <i>Commanditaire Vennootschap</i> atau Persekutuan Komanditer
BPS	: Badan Pusat Statistik
PDB	: Produk Domestik Bruto
IFE	: <i>Internal Factor Evaluation</i>
EFE	: <i>External Factor Evaluation</i>
IE	: <i>Internal-Eksternal</i>
SWOT	: <i>Strenght Weakness Opportunity Threat</i>
SPACE	: <i>Strategic Position and Action Evaluation</i>
QSPM	: <i>Strategic Planning Matrix</i>
C-QSPM	: <i>Clustering Quantitative Strategic Planning Matrix</i>
AS	: <i>Attractive Score</i>
TAS	: <i>Total Attractive Score</i>
STAS	: <i>Sum Total Attractive Score</i>
CE	: <i>Common Elements</i>
FTH	: <i>First Threshold value</i>
NFTH	: <i>New First Threshold value</i>
NTHCRC	: <i>New Threshold value Corresponding to Row and Column</i>
CA	: <i>Competence of Assigning</i>
CN	: <i>Corresponding Number</i>