



**PENGEMBANGAN BISNIS *OFFICIAL DEALERSHIP*  
MITSUBISHI MOTORS MELALUI PENDEKATAN SWOT-  
AHP DAN *CLUSTERING-QSPM* (STUDI KASUS PADA PT  
SRIKANDI DIAMOND MOTORS)**

**SKRIPSI**

**MUHAMMAD REYZA LUTHFI**

**2010312067**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

**FAKULTAS TEKNIK**

**PROGRAM STUDI S1 TEKNIK INDUSTRI**

**2024**



**PENGEMBANGAN BISNIS *OFFICIAL DEALERSHIP*  
MITSUBISHI MOTORS MELALUI PENDEKATAN SWOT-  
AHP DAN *CLUSTERING-QSPM* (STUDI KASUS PADA PT  
SRIKANDI DIAMOND MOTORS)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh  
Gelar Sarana Teknik**

**MUHAMMAD REYZA LUTHFI**

**2010312067**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

**FAKULTAS TEKNIK**

**PROGRAM STUDI S1 TEKNIK INDUSTRI**

**2024**

## HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi diajukan oleh :

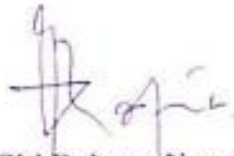
Nama : Muhammad Reyza Luthfi

NIM : 2010312067

Program Studi : Teknik Industri



Judul Skripsi : PENGEMBANGAN BISNIS OFFICIAL DEALERSHIP  
MITSUBISHI MOTORS MELALUI PENDEKATAN SWOT-  
AHP DAN CLUSTERING-QSPM (STUDI KASUS PADA PT  
SRIKANDI DIAMOND MOTORS).

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. Siti Rohana Nasution, MT.

Penguji Utama

Dr. Yulizar Widiatama, M. Eng.

Penguji I

Dr. Muchamad Oktaviandri, ST., MT., IPML.,  
ASEAN.Eng.

Pt. Dekan Fakultas Teknik



M. Rachman Waluvo, ST, MT.

Penguji II



Santika Sari, ST., MT.

Kepala Program Studi Teknik Industri

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 2 April 2024

## HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

PENGEMBANGAN BISNIS *OFFICIAL DEALERSHIP* MITSUBISHI MOTORS MELALUI  
PENDEKATAN SWOT – AHP DAN *CLUSTERING* – QSPM (STUDI KASUS PADA PT  
SRIKANDI DIAMOND MOTORS)

Disusun Oleh :

Muhammad Reyza Luthfi  
2010312067

Menyetujui,



M. Rachman Waluyo, ST., MT

Pembimbing I



Dr. Nanang Alamsyah, ST., MT

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 : Muhammad Reyza Luthfi

NIM : 2010312067

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, 02 April 2024

Yang Menyatakan,



(Muhammad Reyza Luthfi)

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPERLUAN AKADEMIS

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

Nama : Muhammad Reyza Luthfi

NIM : 2010312067

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 :

“PENGEMBANGAN BISNIS OFFICIAL DEALERSHIP MITSUBISHI MOTORS MELALUI PENDEKATAN SWOT-AHP DAN CLUSTERING-QSPM (STUDI KASUS PADA PT SRIKANDI DIAMOND MOTORS).”

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 : 02 April 2024

Yang Menyatakan,



(Muhammad Reyza Luthfi)

**PENGEMBANGAN BISNIS *OFFICIAL DEALERSHIP*  
MITSUBISHI MOTORS MELALUI PENDEKATAN SWOT-  
AHP DAN *CLUSTERING-QSPM* (STUDI KASUS PADA PT  
SRIKANDI DIAMOND MOTORS)**

**Muhammad Reyza Luthfi**

**ABSTRAK**

Mitsubishi Motors merupakan salah satu dari *brand* mobil paling terkenal dan besar di Indonesia. Meskipun begitu, Mitsubishi Motors selalu kesulitan dalam meningkatkan maupun mempertahankan performa penjualannya sehingga terus mengalami perubahan posisi pada peringkat penjualan mobil terbanyak di Indonesia baik dari *wholesales* maupun *retail sales*. Dalam usaha penjualan, Mitsubishi Motors mengandalkan *franchise dealership* untuk mempromosikan dan menjual produk pada pelanggan, salah satunya melalui PT Srikandi Diamond Motors. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan rumusan rekomendasi strategi bagi Mitsubishi Motors pada PT Srikandi Diamond Motors agar dapat berkontribusi dalam peningkatan penjualan Mitsubishi Motors di Indonesia berdasarkan faktor internal dan eksternal yang ada. Pendekatan yang digunakan dimulai dari *input stage* untuk mencari nilai IFE dan EFE yang dikombinasikan dengan AHP dalam pembobotan, kemudian pada *matching stage* menggunakan IE Matrix, SPACE Matrix, SWOT Matrix, dan diakhiri dengan *decision stage* menggunakan QSPM serta *Clustering-QSPM*. Hasil penelitian menemukan 10 faktor *Strength*, 10 faktor *Weakness*, 10 faktor *Opportunity*, dan 10 faktor *Threat*. Posisi pada IE matrix menunjukkan pada kuadran II, yaitu *grow and build*, posisi pada SPACE matrix menunjukkan pada kuadran I, yaitu *aggressive*, dan SWOT Matrix menghasilkan 10 alternatif strategi. Tahap *decision stage* baik menggunakan QSPM maupun *Clustering-QSPM* menunjukkan urutan pertama prioritas strategi adalah ST1 “Memperkuat *branding* dan periklanan di setiap lokasi penjualan” dengan nilai STAS 6,906.

**Kata Kunci:** Mitsubishi Motors, IFE, EFE, AHP, IE, SPACE, SWOT, QSPM, C-QSPM

**PENGEMBANGAN BISNIS *OFFICIAL DEALERSHIP*  
MITSUBISHI MOTORS MELALUI PENDEKATAN SWOT-  
AHP DAN *CLUSTERING-QSPM* (STUDI KASUS PADA PT  
SRIKANDI DIAMOND MOTORS)**

**Muhammad Reyza Luthfi**

***ABSTRACT***

*Mitsubishi Motors is one of the most famous and largest car brands in Indonesia. However, Mitsubishi Motors has always had difficulty in increasing or maintaining its sales performance, so it has continued to experience changes in its ranking in terms of both wholesale and retail sales in Indonesia. In its sales efforts, Mitsubishi Motors relies on franchise dealerships to promote and sell products to customers, one of which is through PT Srikandi Diamond Motors. This study aims to provide a formulation of strategic recommendations for Mitsubishi Motors at PT Srikandi Diamond Motors so that it can contribute to increasing Mitsubishi Motors sales in Indonesia based on existing internal and external factors. The approach used starts from the input stage to find the IFE and EFE values which are combined with AHP in weighting, then in the matching stage using IE Matrix, SPACE Matrix, SWOT Matrix, and ending with the decision stage using QSPM and Clustering-QSPM. The research results found 10 Strength factors, 10 Weakness factors, 10 Opportunity factors, and 10 Threat factors. The position on the IE matrix shows in quadrant II, namely grow and build, the position on the SPACE matrix shows in quadrant I, namely aggressive, and the SWOT Matrix produces 10 alternative strategies. The decision stage using both QSPM and Clustering-QSPM shows that the first priority strategy is ST1 “Strengthening branding and advertising at each sales location” with a STAS value of 6.906.*

**Keywords:** Mitsubishi Motors, IFE, EFE, AHP, IE, SPACE, SWOT, QSPM, C-QSPM



## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“PENGEMBANGAN BISNIS *OFFICIAL DEALERSHIP* MITSUBISHI MOTORS MELALUI PENDEKATAN SWOT-AHP DAN *CLUSTERING-QSPM* (STUDI KASUS PADA PT SRIKANDI DIAMOND MOTORS)”**.

Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi persyaratan akademik untuk menyelesaikan Pendidikan pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan tentunya dengan bantuan dan kerja sama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih terutama kepada:

1. Orang tua beserta keluarga yang memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
2. Bapak Dr. Anter Venus, MA, Comm selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
3. Bapak Dr. Muchamad Octaviandri, ST., MT., IPM., ASEAN.Eng selaku PLT. Dekan Fakultas Teknik.
4. Ibu Santika Sari, ST., MT. selaku Kepala Program Studi Teknik Industri Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
5. Bapak M. Rachman Waluyo, ST., MT. selaku pembimbing I dan Bapak Dr. Nanang Alamsyah, ST., MT. selaku pembimbing II yang telah membimbing penulis dengan memberikan masukan, arahan, kritik, dan saran dalam penyusunan skripsi.
6. Bapak Denny Malinto dan Mas Tian dari PT Srikandi Diamond Motors selaku narasumber utama yang sangat kolaboratif untuk berbagi informasi terkait kebutuhan penelitian
7. Seluruh Dosen Program Studi Industri yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
8. Fikri, Rainita, Fira, Hafif, Alya yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis untuk menyusun skripsi.
9. Lucky, Rika, Aliffiani, Hana yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi.

10. Kepada teman-teman Teknik Industri Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta angkatan 2020 yang telah memberikan semangat dan motivasi selama melaksanakan studi hingga penyusunan skripsi ini.
11. Terakhir, terimakasih kepada diri sendiri, Muhammad Reyza Luthfi yang telah menyelesaikan skripsi ini meskipun harus mengalami suka dan duka sepanjang perjalanan penulisan skripsi. *You've done well!*

Penyusunan skripsi ini tentunya masih banyak kekurangan dalam penulisannya. Oleh sebab itu penulis mengharapkan adanya kritik serta saran yang dapat dijadikan perbaikan untuk ke depannya. Mohon maaf atas kekurangannya, besar harapan saya untuk skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Jakarta, April 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPERLUAN AKADEMIS.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Batasan Penelitian .....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Manajemen Strategi.....	10
2.3 Jenis Strategi.....	11
2.3.1 Strategi Integrasi .....	11
2.3.2 Stategi Intensif.....	12
2.3.3 Stragei Diversifikasi .....	13
2.3.4 Strategi Defensif .....	14
2.4 Tahapan Manajemen Strategi .....	14
2.5 Tahapan Formulasi Strategi .....	15
2.5.1 Input Stage .....	16
2.5.1.1 Analisis Faktor Internal .....	16

2.5.1.2 Internal Factor Evaluation (IFE) .....	19
2.5.1.3 Uji Validitas.....	20
2.5.1.4 Uji Reliabilitas .....	20
2.5.1.5 Analisis Faktor Eksternal .....	20
2.5.1.6 External Factor Evaluation (EFE).....	21
2.5.1.7 Pembobotan IFE dan EFE dengan AHP .....	22
2.5.2 Matching Stage .....	25
2.5.2.1 Internal-External (IE) Matrix .....	25
2.5.2.2 SWOT Matrix.....	26
2.5.2.3 SPACE Matrix.....	27
2.5.3 Decision Stage .....	28
2.5.3.1 QSPM.....	28
2.5.3.2 Clustering-QSPM.....	30
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
3.1 Tahap Persiapan.....	32
3.1.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	32
3.1.2 Jenis Penelitian .....	32
3.2 Tahap Pengumpulan Data.....	32
3.2.1 Jenis dan Sumber Data.....	32
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.3 Tahap Pengolahan Data .....	33
3.3.1 Input Stage .....	33
3.3.2 Matching Stage .....	33
3.3.3 Decision Stage .....	33
3.4 Kesimpulan dan Saran.....	34
3.5 Flowchart Penelitian.....	35
<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
4.1 Profil Perusahaan.....	37
4.2 Atribut Faktor Internal dan Eksternal .....	37
4.2.1 Atribut Faktor Internal .....	37
4.2.2 Atribut Faktor Eksternal.....	44
4.3 Analisis Atribut Faktor Internal dan Eksternal .....	46
4.3.1 Analisis Faktor Internal.....	46

4.3.2 Analisis Faktor Eksternal .....	47
4.4 Input Stage.....	47
4.4.1 <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE) .....	47
4.4.1.1 Pembobotan IFE.....	47
4.4.1.2 Rating IFE .....	52
4.4.2 <i>Internal Factor Evaluation</i> (EFE) .....	55
4.4.2.1 Pembobotan EFE.....	55
4.4.2.2 Rating EFE .....	59
4.5 Matching Stage.....	61
4.5.1 Internal-External Matrix .....	61
4.5.2 SPACE Matrix .....	62
4.5.3 SWOT Matrix .....	65
4.5.4 Hubungan rekomendasi strategi.....	70
4.6 Decision Stage.....	72
4.6.1 QSPM.....	72
4.6.2 C – QSPM.....	74
4.6.3 Analisis Hasil Prioritas Strategi .....	79
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>81</b>
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1</b>	Penjualan Retail Sales Mitsubishi Motors tahun 2022-2023.....	2
<b>Gambar 1. 2</b>	Penjualan 2023 PT Srikandi Diamond Motors Mampang.....	3
<b>Gambar 2. 1</b>	Tahapan Manajemen Strategi.....	15
<b>Gambar 2. 2</b>	Tahapan Formulasi Strategi .....	16
<b>Gambar 2. 3</b>	Analytical Hierarchy Process.....	23
<b>Gambar 2. 4</b>	Internal External Matrix .....	25
<b>Gambar 2. 5</b>	SPACE Matrix .....	27
<b>Gambar 3. 1</b>	Flowchart Penelitian .....	35
<b>Gambar 3. 2</b>	Flowchart Penelitian (lanjutan).....	36
<b>Gambar 4. 1</b>	Struktur Organisasi PT Srikandi Diamond Motors.....	38
<b>Gambar 4. 2</b>	Variasi Mobil Mitsubishi Motors .....	39
<b>Gambar 4. 3</b>	Contoh Poster Promosi .....	41
<b>Gambar 4. 4</b>	Aplikasi MyMitsubishi ID .....	43
<b>Gambar 4. 5</b>	AHP Faktor Internal.....	48
<b>Gambar 4. 6</b>	AHP Faktor Eksternal .....	55
<b>Gambar 4. 7</b>	Hasil Internal-External Matrix.....	61
<b>Gambar 4. 8</b>	Hasil SPACE Matrix .....	64

## **DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 1. 1</b>	Penjualan Retail Sales Mobil di Indonesia 2018-2023.....	2
<b>Tabel 2. 1</b>	Penelitian Terdahulu .....	8
<b>Tabel 2. 2</b>	Kuesioner IFE .....	19
<b>Tabel 2. 3</b>	Kuesioner EFE.....	22
<b>Tabel 2. 4</b>	Tingkat Kepentingan AHP .....	23
<b>Tabel 2. 5</b>	RI AHP.....	24
<b>Tabel 2. 6</b>	Kategori penilaian matriks IE .....	25
<b>Tabel 2. 7</b>	Matriks SWOT.....	27
<b>Tabel 2. 8</b>	Matriks QSPM .....	29
<b>Tabel 4. 1</b>	Jumlah Penjualan Tiap Unit PT Srikandi Diamond Motors 2023 .....	39
<b>Tabel 4. 2</b>	Rentang Harga Unit Mitusbishi Motors .....	40
<b>Tabel 4. 3</b>	Perbandingan Spesifikasi dan Harga Varian Mobil .....	41
<b>Tabel 4. 4</b>	Pangsa Pasar Retail Sales Mobil.....	45
<b>Tabel 4. 6</b>	Pembagian Faktor Strength dan Weakness .....	46
<b>Tabel 4. 8</b>	Pembagian Faktor Opportunities dan Threats .....	47
<b>Tabel 4. 9</b>	Contoh Pairwise Comparison AHP Faktor Internal.....	48
<b>Tabel 4. 10</b>	Matriks Pairwise Comparison Faktor Internal.....	49
<b>Tabel 4. 11</b>	Normalisasi Matriks Pairwise Comparison Faktor Internal.....	50
<b>Tabel 4. 12</b>	Penentuan Bobot Faktor Internal .....	50
<b>Tabel 4. 13</b>	Perhitungan Konsistensi .....	51
<b>Tabel 4. 14</b>	Kategori Rating IFE.....	52
<b>Tabel 4. 15</b>	Uji Validitas IFE .....	52
<b>Tabel 4. 16</b>	Uji Reliabilitas Faktor Internal .....	53
<b>Tabel 4. 17</b>	Total Skor IFE.....	54
<b>Tabel 4. 18</b>	Contoh Pairwise Comparison AHP Faktor Internal.....	56
<b>Tabel 4. 19</b>	Matriks Pairwise Comparison Faktor Eskternal .....	57
<b>Tabel 4. 20</b>	Normalisasi Matriks Pairwise Comparison Faktor Eksternal.....	57
<b>Tabel 4. 21</b>	Penentuan Bobot Faktor Eksternal .....	58
<b>Tabel 4. 22</b>	Perhitungan Konsistensi .....	58
<b>Tabel 4. 23</b>	Kategori Rating EFE.....	60
<b>Tabel 4. 24</b>	Total Skor EFE.....	60

<b>Tabel 4. 25</b> Penentuan Faktor SPACE Matrix .....	62
<b>Tabel 4. 26</b> Penilaian Sumbu X SPACE Matrix .....	63
<b>Tabel 4. 27</b> Penilaian Sumbu Y SPACE Matrix.....	63
<b>Tabel 4. 28</b> SWOT Matrix Usulan.....	66
<b>Tabel 4. 29</b> Alternatif Strategi.....	73
<b>Tabel 4. 30</b> Nilai QSPM .....	73
<b>Tabel 4. 31</b> Prioritas Strategi Berdasarkan STAS.....	74
<b>Tabel 4. 32</b> Matriksi Strategi - Faktor Strength Weakness .....	75
<b>Tabel 4. 33</b> Matriks Strategi - Faktor Opportunities Threats.....	75
<b>Tabel 4. 34</b> Matriks Strategi - Strategi.....	76
<b>Tabel 4. 35</b> Tabel Clustering Strategi .....	78
<b>Tabel 4. 36</b> Peringkat C-QSPM .....	79
<b>Tabel 4. 37</b> Perbandingan Urutan QSPM dan C-QSPM.....	79



## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1.** Penjualan Retail Sales Brand Mobil Indonesia 2019 – 2023
- Lampiran 2.** Hasil pengisian pairwise comparison faktor internal
- Lampiran 3.** Geomean Pairwise Comparison Faktor Internal
- Lampiran 4.** Hasil Pengisian Pairwise Comparison Faktor Eksternal
- Lampiran 5.** Geomean Pairwise Comparison Faktor Eksternal
- Lampiran 6.** Kuesioner Rating IFE
- Lampiran 7** Rekapitulasi Rating IFE
- Lampiran 8.** Data SPSS Uji Validitas
- Lampiran 9.** Contoh Uji Validitas Manual pada S1
- Lampiran 10.** Kuesioner EFE
- Lampiran 11.** Rekapitulasi Rating EFE
- Lampiran 12.** Pengisian QSPM
- Lampiran 13.** Pengolahan Data QSPM
- Lampiran 14.** Dokumentasi
- Lampiran 15.** Pernyataan Menerima dan Menyetujui Hasil Penelitian