



**PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN
GRAND STRATEGY MATRIX DAN *QUANTITATIVE
STRATEGIC PLANNING MATRIX* PADA PT BARITO
TEKNIKA ENGINEERING**

SKRIPSI

DEDE LIKA FATIHA

2210312050

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

FAKULTAS TEKNIK

PROGRAM STUDI S1 TEKNIK INDUSTRI

2026



**PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN
GRAND STRATEGY MATRIX DAN *QUANTITATIVE
STRATEGIC PLANNING MATRIX* PADA PT BARITO
TEKNIKA ENGINEERING**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh

Gelar Sarjana Teknik

DEDE LIKA FATIHA

2210312050

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

FAKULTAS TEKNIK

PROGRAM STUDI S1 TEKNIK INDUSTRI

2026

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Dede Lika Fatiha
NIM : 2210312050
Program Studi : Teknik Industri
Judul Skripsi : Perancangan Strategi Pemasaran Menggunakan *Grand Strategy Matrix* dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* pada PT Barito Teknika Engineering

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. Alina Cynthia Dewi, S.Si., M.T.

Penguji Utama

Wendy Febrianty Mardhiyah, S.T.,

M.T.

Penguji I

Dr. Ir. Nanang Alamsyah, S.T., M.T.,

IPM.

Penguji II



Dr. Eng. Ir. Teguh Firmansyah,

S.T., M.T., IPM

Dekan Fakultas Teknik

Ir. Nur Fajriah, S.T., M.T., IPM

Kepala Program Studi
Teknik Industri

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 8 Juli 2026

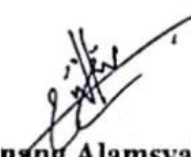
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN *GRAND STRATEGY MATRIX* DAN *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX* PADA PT BARITO TEKNIKA ENGINEERING

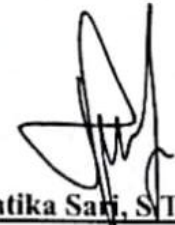
Disusun oleh:

Dede Lika Fatiha
2210312050

Menyetujui,



Dr. Ir Nanang Alamsyah, S.T., M.T.,
IPM.
Pembimbing 1



Santika Sari, S.T., M.T.
Pembimbing 2

Jakarta, 30 Juni 2026
Mengetahui



Ir. Nur Fajriah, ST, MT, IPM
Kepala Program Studi S1 Teknik Industri

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini merupakan hasil karya penulis dan semua sumber yang telah dikutip telah saya nyatakan benar adanya.

Nama : Dede Lika Fatiha

NIM : 2210312050

Program Studi : S1 Teknik Industri

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

Jakarta, 8 Juli 2026

Yang menyatakan,



(Dede Lika Fatiha)

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Dede Lika Fatiha

NIM : 2210312050

Program Studi : S1 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 MENGGUNAKAN *GRAND STRATEGY MATRIX* DAN *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX* PADA PT BARITO TEKNIKA ENGINEERING"

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 2026

Yang Menyatakan,



Dede Lika Fatiha

2210312050

**PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN
GRAND STRATEGY MATRIX DAN *QUANTITATIVE
STRATEGIC PLANNING MATRIX* PADA PT BARITO
TEKNIKA ENGINEERING**

Dede Lika Fatiha

ABSTRAK

PT Barito Teknika Engineering menghadapi kendala pada aspek pemasaran yang ditandai dengan belum optimalnya kegiatan promosi, keterbatasan variasi layanan, dan kapasitas produksi sehingga dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat untuk membuat daya saing perusahaan meningkat. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, menentukan posisi perusahaan, merumuskan alternatif strategi, serta menentukan prioritas strategi pemasaran. Pembobotan faktor internal dan eksternal dilakukan menggunakan *Analytical Hierarchy Process* (AHP), penilaian kondisi perusahaan menggunakan Matriks IFE dan EFE, penentuan posisi perusahaan menggunakan *IE Matrix* dan *Grand Strategy Matrix*, perumusan alternatif strategi menggunakan Matriks SWOT, serta penentuan prioritas strategi menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Hasil penelitian menunjukkan nilai IFE sebesar 2,843 dan EFE sebesar 2,932 sehingga perusahaan berada pada Sel V *IE Matrix* dan Kuadran I *Grand Strategy Matrix*. Analisis SWOT menghasilkan 15 alternatif strategi dengan prioritas utama mengoptimalkan penggunaan media sosial dan *website* sebagai sarana promosi perusahaan (STAS 5,711). Penelitian ini memberikan rekomendasi strategi pemasaran yang dapat menjadi acuan bagi PT Barito Teknika Engineering dalam meningkatkan daya saing dan memperluas peluang pasar.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, AHP, SWOT, *IE Matrix*, QSPM

***DESIGNING A MARKETING STRATEGY USING THE GRAND
STRATEGY MATRIX AND QUANTITATIVE STRATEGIC
PLANNING MATRIX AT PT BARITO TEKNIKA
ENGINEERING***

Dede Lika Fatiha

ABSTRACT

PT Barito Teknika Engineering faces marketing challenges characterized by suboptimal promotional activities, limited service variations, and production capacity constraints, highlighting the need for an appropriate marketing strategy to enhance the company's competitiveness. This study aims to identify the company's internal and external factors, determine its strategic position, formulate alternative marketing strategies, and identify the priority strategy. The weighting of internal and external factors was conducted using the Analytical Hierarchy Process (AHP), while the company's internal and external conditions were evaluated using the Internal Factor Evaluation (IFE) and External Factor Evaluation (EFE) matrices. The company's strategic position was determined using the IE Matrix and Grand Strategy Matrix, alternative strategies were formulated through the SWOT Matrix, and strategic priorities were established using the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). The results showed IFE and EFE scores of 2.843 and 2.932, respectively, placing the company in Cell V of the IE Matrix and Quadrant I of the Grand Strategy Matrix. The SWOT analysis generated 15 alternative strategies, with the highest priority being the optimization of social media and the company website as promotional media (STAS = 5.711). This study provides strategic marketing recommendations that can support PT Barito Teknika Engineering in improving its competitiveness and expanding market opportunities.

Keywords: *Marketing Strategy, AHP, SWOT, QSPM, IE Matrix.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta kemudahan yang diberikan sehingga skripsi yang berjudul "Perancangan Strategi Pemasaran Menggunakan *Grand Strategy Matrix* dan *Quantitative Startegic Planning Matrix* pada PT Barito Teknik Engineering" dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Dalam proses penyusunannya, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari doa, dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, kesehatan, kemudahan, dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua tercinta dan adik penulis yaitu Freya Alaika Aviana, yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, pengorbanan, motivasi, semangat, serta menjadi sumber kebahagiaan bagi penulis selama menempuh pendidikan hingga menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Eng. Ir. Teguh Firmansyah, S.T., M.T., IPM selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
4. Ibu Ir. Nur Fajriah, S.T., M.T., IPM. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri atas bimbingan dan arahnya selama penulis menjalani proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
5. Bapak Dr. Nanang Alamsyah, S.T., M.T., IPM. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, motivasi, serta masukan yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Santika Sari, S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan, bimbingan, saran, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

7. Seluruh dosen dan staf administrasi Program Studi Teknik Industri Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta atas ilmu, pengalaman, serta pelayanan akademik yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
8. Bapak Surrahman Arief selaku Pemilik PT Barito Teknik Engineering yang telah memberikan izin penelitian, meluangkan waktu sebagai narasumber, serta memberikan informasi dan bantuan selama proses pengumpulan data penelitian.
9. Sahabat penulis, yaitu Aisyah Ahnaf Ardhini yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat, motivasi, serta menjadi tempat penulis berbagi cerita dan keluh kesah selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
10. Teman seperjuangan penulis, Btari Kania Elshadira Permana, yang telah memberikan dukungan, semangat, dan kebersamaan selama proses penyusunan skripsi.
11. Teman-teman Kontrakan *Coming Soon* (Widya, Eliana, Lathifah, Shafa, Difa, Ilma, dan Aisyah) yang selalu memberikan dukungan, semangat serta kebersamaan sehingga proses perkuliahan terasa lebih ringan sejak awal hingga hari ini.
12. Teman-teman Landak Tabrakan (Valya, Enggar, Dhiah, Amel, dan Ameh) yang senantiasa memberikan kebahagiaan, semangat, canda tawa, dan menjadi tempat penulis berbagi cerita sejak SMA hingga saat ini.
13. Terima kasih kepada diri sendiri yang telah memilih untuk terus berjalan, meskipun ada banyak hari yang terasa berat. Terima kasih telah berusaha menyeimbangkan kuliah, magang, berbagai kegiatan, dan penyusunan skripsi dengan segala rasa lelah, cemas, dan ragu yang pernah datang. Perjalanan ini mungkin tidak selalu mudah, tetapi setiap proses telah mengajarkan arti tanggung jawab, ketekunan, dan kesabaran. Semoga apa yang telah diperjuangkan hari ini menjadi bekal untuk melangkah lebih jauh, dan semoga di masa depan kamu selalu mengingat bahwa kamu pernah mampu melewati fase yang tidak mudah ini.
14. Teman-teman Angkatan 2022 yang sudah menemani sejak awal masuk perkuliahan hingga sekarang.

15. Serta teman-teman dan berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyusunan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat berbagai kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Jakarta, Juli 2026

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Masalah.....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Pemasaran.....	15
2.3 Strategi Pemasaran	16
2.4 Manajemen Strategi.....	16
2.5 Jenis Strategi	17
2.5.1 Strategi Integrasi	17
2.5.2 Strategi Intensif	18
2.5.3 Strategi Diversifikasi.....	19
2.5.4 Strategi Defensif.....	20
2.6 Peran Manajemen Strategi	21
2.7 Tahap-Tahap Manajemen Strategi.....	22
2.8 Kerangka Perumusan Strategi	23
2.8.1 Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE)	24
2.8.2 Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	25

2.8.3	Matriks <i>Internal-External</i> (IE Matrix)	27
2.8.4	Matriks <i>Grand Strategy</i>	29
2.8.5	Matriks <i>Strength Weakness Opportunity Threat</i> (SWOT)	30
2.8.6	<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM)	32
2.9	<i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP).....	33
2.9.1	Prinsip Dasar AHP	34
2.9.3	Langkah-Langkah AHP.....	36
2.10	Bauran Pemasaran 7P	38
2.11	Uji Validitas	40
2.12	Uji Reabilitas.....	40
2.13	Kerangka Berpikir Penelitian	41
BAB 3	METODE PENELITIAN	43
3.1	Tahap Persiapan.....	43
3.1.1	Tempat dan Waktu Penelitian.....	43
3.1.2	Jenis Penelitian.....	43
3.2	Tahap Identifikasi Awal	44
3.2.1	Studi Lapangan.....	44
3.2.2	Studi Literatur	44
3.2.3	Latar Belakang Masalah.....	45
3.2.4	Perumusan Masalah.....	45
3.2.5	Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	46
3.2.6	Penetapan Batasan Penelitian.....	46
3.3	Tahap Pengumpulan Data.....	46
3.3.1	Data Primer	46
3.3.2	Data Sekunder	49
3.4	Tahap Pengolahan Data	49
3.4.1	<i>Input Stage</i>	49
3.4.2	<i>Matching Stage</i>	50
3.4.3	<i>Decision Stage</i>	51
3.5	Analisis dan Pembahasan	51
3.6	Kesimpulan dan Saran.....	51
3.7	Diagram Alir (<i>Flowchart</i>) Penelitian	52

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Profil Perusahaan.....	54
4.2 Klasifikasi Hasil Wawancara Berdasarkan Aspek Bauran Pemasaran (7P) 55	
4.3 Atribut Faktor Internal dan Eksternal.....	56
4.3.1 Faktor Internal PT Barito Teknik Engineering	57
4.3.2 Faktor Eksternal PT Barito Teknik Engineering	58
4.4 <i>Input Stage</i>	59
4.4.1 Struktural Hierarki AHP (<i>Analytical Hierarchy Process</i>).....	59
4.4.2 Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	61
4.4.3 Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE)	69
4.5 <i>Matching Stage</i>	76
4.5.1 Matriks IE.....	76
4.5.2 Matriks <i>Grand Strategy</i>	78
4.5.3 Matriks SWOT	79
4.5.4 Hubungan Hasil Strategi Tahap <i>Matching Stage</i>	90
4.6 <i>Decision Stage</i>	93
4.6.1 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM).....	93
4.6.2 Hasil Alternatif Strategi.....	96
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	98
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	100
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	103
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Revenue dan Jumlah Customer	3
Gambar 2.1 Model Manajemen Strategis	23
Gambar 2.2 Matrix <i>Internal-External</i>	27
Gambar 2.3 <i>Grand Strategy Matrix</i>	29
Gambar 2.4 <i>Hierarchical Structure</i>	34
Gambar 2.5 Kerangka Berpikir Penelitian	42
Gambar 3.1 PT Barito Teknik Engineering	43
Gambar 3.2 <i>Flowchart</i> Penelitian.....	53
Gambar 4.1 Struktur <i>Hierarchy</i> AHP untuk pembobotan	60
Gambar 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Gambar 4.3 Matriks IE PT Barito Teknik Engineering	77
Gambar 4.4 Matriks <i>Grand Strategy</i>	79

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2.2 Kerangka Perumusan Strategi.....	23
Tabel 2.3 Contoh Tabel Perhitungan Matriks EFE	25
Tabel 2.4 Contoh Tabel Perhitungan Matriks IFE	27
Tabel 2.5 Matriks SWOT.....	32
Tabel 2.6 Contoh Tabel Matriks QSPM	33
Tabel 2.7 Skala Penilaian Perbandingan Berpasangan.....	34
Tabel 2.8 Matriks Perbandingan Berpasangan	36
Tabel 2.9 Nilai Indeks Random (RI)	37
Tabel 3.1 Penentuan Pengisian Kuesioner.....	48
Tabel 3.2 Daftar Nama Pelanggan PT Barito Teknik Engineering	48
Tabel 4.1 Klasifikasi Hasil Wawancara Berdasarkan Aspek Bauran Pemasaran .	56
Tabel 4.2 Tabel Atribut Internal Perusahaan	57
Tabel 4.3 Tabel Atribut Eksternal Perusahaan.....	58
Tabel 4.4 Matriks Perbandingan Berpasangan Faktor Internal	62
Tabel 4.5 Nilai Perbandingan Menjadi Nilai Desimal.....	63
Tabel 4.6 Normalisasi Matriks.....	63
Tabel 4.7 Nilai Rata-Rata Setiap Kriteria Internal	64
Tabel 4.8 Nilai CI Untuk Faktor Internal	64
Tabel 4.9 Bobot Faktor Internal.....	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	65
Tabel 4.11 Nilai Rating Untuk IFE.....	67
Tabel 4.12 Rating Matriks IFE PT Barito Teknik Engineering	67
Tabel 4.13 Faktor Kekuatan dan Kelemahan PT Barito Teknik Engineering.....	67
Tabel 4.13 Faktor Kekuatan dan Kelemahan PT Barito Teknik Engineering (Lanjutan)	68
Tabel 4.14 Hasil Skor Matriks IFE pada PT Barito Teknik Engineering	68
Tabel 4.15 Matriks Perbandingan Berpasangan Faktor Eksternal.....	70
Tabel 4.16 Nilai Perbandingan Menjadi Nilai Desimal.....	71
Tabel 4.17 Normalisasi Matriks.....	71

Tabel 4.18 Nilai Rata-Rata Setiap Kriteria Eksternal.....	72
Tabel 4.19 Nilai CI Faktor Eksternal.....	72
Tabel 4.20 Bobot Faktor Eksternal.....	73
Tabel 4.21 Nilai Rating Untuk EFE.....	73
Tabel 4.22 Rating Matriks EFE PT Barito Teknik Engineering	74
Tabel 4.23 Faktor Peluang dan Ancaman PT Barito Teknik Engineering	74
Tabel 4.24 Hasil Skor Matriks EFE PT Barito Teknik Engineering.....	74
Tabel 4.25 Pencocokan Matriks SWOT	80
Tabel 4.26 Tabel Matriks SWOT.....	82
Tabel 4.27 Alternatif Strategi	94
Tabel 4.28 Rekapitulasi Pemeringkatan Strategi PT Barito Teknik Engineering	95
Tabel 4.28 Hasil Rekapitulasi Pemeringkatan Strategi PT Barito Teknik Engineering (Lanjutan)	96

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** Hasil Wawancara 7P matriks
- Lampiran 2** Reduksi Hasil Wawancara Menjadi Faktor Internal dan Eksternal
- Lampiran 3** Hasil Kuesioner Pembobotan Faktor Internal
- Lampiran 4** Kuesioner *Rating* Faktor Internal
- Lampiran 5** Hasil Kuesioner *Rating* Faktor Internal
- Lampiran 6** Hasil Kuesioner Pembobotan Faktor Eksternal
- Lampiran 7** Hasil Kuesioner Rating Faktor Eksternal
- Lampiran 8** Hasil Uji Validitas Menggunakan SPSS
- Lampiran 9** Hasil Uji Reliabilitas Menggunakan SPSS
- Lampiran 10** Hasil Kuesioner QSPM
- Lampiran 11** Hasil Pengolahan QSPM
- Lampiran 12** Tempat Penelitian dan Dokumentasi