



**PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN DENGAN
METODE MATRIKS IFE, EFE DAN IE, MATRIKS SWOT,
MATRIKS SPACE, DAN AHP
(STUDI KASUS PADA PT. WIN FLUID ENGINEERING)**

SKRIPSI

**CLAUDIA IVANA SITORUS
1810312065**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
2021**



**PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN DENGAN
METODE MATRIKS IFE, EFE DAN IE, MATRIKS SWOT,
MATRIKS SPACE, DAN AHP
(STUDI KASUS PADA PT. WIN FLUID ENGINEERING)**

SKRIPSI

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

**CLAUDIA IVANA SITORUS
1810312065**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
2021**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Claudia Ivana Sitorus

NIM : 1810312065

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, 3 Januari 2022

Yang menyatakan,



(Claudia Ivana Sitorus)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Claudia Ivana Sitorus
NIM : 1810312065
Fakultas : Teknik
Program Studi : Teknik Industri

Demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) karya ilmiah saya yang berjudul:

Perancangan Strategi Pemasaran dengan Metode Matriks IFE, EFE Dan IE, Matriks SWOT Matriks SPACE, Dan AHP (Studi Kasus pada PT. Win Fluid 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 dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 3 Januari 2022

Yang menyatakan,



(Claudia Ivana Sitorus)

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Claudia Ivana Sitorus

NIM : 1810312065

Program Studi : Teknik Industri

Judul Skripsi : Perancangan Strategi Pemasaran dengan Metode Matriks IFE, EFE dan IE, Matriks SWOT Matriks SPACE, Dan AHP (Studi Kasus pada PT. Win Fluid 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. Nanang Alamsyah, S.T., M.T., IPM

Penguji Utama



Santika Sari, ST., MT

Penguji I



M. Rachman Waluyo, ST, MT

Penguji II (Pembimbing)



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

Dekan



Muhamad As'adi, ST.,MT., IPM

Ka. Prodi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal ujian : 6 Januari 2022

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

Perancangan Strategi Pemasaran dengan Metode Matriks EFE dan IE, Matriks SWOT Matriks SPACE, Dan AHP (Studi Kasus pada PT. Win Fluid Engineering)

Disusun oleh:



Claudia Ivana Sitorus

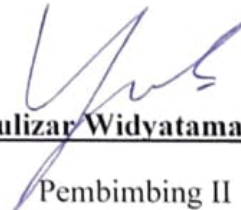
1810312065

Menyetujui,



M. Rachman Waluyo, ST, MT

Pembimbing I



Dr. Yulizar Widyatama, M.Eng.

Pembimbing II

Mengetahui,



Muhamad As'adi, ST.,MT., IPM

Kepala Program Studi

**PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN DENGAN METODE
Matriks IFE, EFE DAN IE, Matriks SWOT, Matriks SPACE,
DAN AHP (STUDI KASUS PADA PT. WIN FLUID ENGINEERING)**

Claudia Ivana Sitorus

Abstrak

PT. Win Fluid Engineering adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri hidrolik dan pneumatik. Produk-produk yang dijual perusahaan bukanlah merupakan produk yang umum (dapat digunakan oleh kalangan masyarakat mana saja). Penjualan menjadi sangat fluktuatif (tidak stabil) dikarenakan pasar produk yang terbatas. Perancangan strategi pemasaran yang baik diperlukan untuk menanggulangi permasalahan ini. Penelitian ini menggunakan kombinasi metode matriks SWOT, matriks SPACE, dan juga AHP (*Analytical Hierarchy Process*). Penggunaan metode-metode tersebut dibagi ke dalam tahap *input*, tahap pencocokan, dan juga tahap keputusan. Berdasarkan pengolahan data IFE dan EFE, kekuatan mayor PT. Win Fluid Engineering adalah karena merupakan distributor resmi PARKER, kelemahan mayornya adalah informasi produk di website official kurang, peluang mayornya adalah adanya kebutuhan dari pelanggan, dan ancaman mayornya adalah harga bahan baku yang cenderung naik, dengan skor bobot masing-masing secara berurutan sebesar 0,136;0,077;0,117;0,110. Berdasarkan pengolahan data metode IE, perusahaan berada pada kondisi yang tumbuh dan membangun (skor IFE dan EFE sebesar 3,150, dan 2,717), serta dengan metode SPACE, perusahaan berada pada kuadran agresif, sehingga strategi yang cocok untuk diimplementasikan perusahaan merupakan penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Penentuan prioritas strategi dilakukan dengan menggunakan metode AHP, yang mana alternatif terbesar merupakan penambahan *e-catalogue* pada *website official* perusahaan dengan skor sebesar 0,270

Kata kunci: Matriks IE, Matriks SPACE, Matriks SWOT, *Analytical Hierarchy Process*, Manajemen Strategis

**MARKETING STRATEGY DESIGN WITH IFE, EFE AND IE
MATRIX METHODS, SWOT MATRIX, SPACE MATRIX, AND AHP
(CASE STUDY IN PT. WIN FLUID ENGINEERING)**

Claudia Ivana Sitorus

Abstract

PT. Win Fluid Engineering is a company engaged in the hydraulic and pneumatic industry. The products sold by the company are not common products (can be used by any community). Sales become very volatile (unstable) due to a limited product market. Designing a good marketing strategy is needed to overcome this problem. This research uses a combination of SWOT matrix, SPACE matrix, and also AHP (Analytical Hierarchy Process) methods. The use of these methods is divided into the input stage, the matching stage, and also the decision stage. Based on IFE and EFE data processing, the major strength of PT. Win Fluid Engineering is because it is an official distributor of PARKER, its major weakness is the lack of product information on the official website, the major opportunity is the need from customers, and the major threat is the price of raw materials which tends to rise, with a weight score of each consecutively equal to 0.136;0.077;0.117;0.110. Based on IE method data processing, the company is in a growing and developing condition (IFE and EFE scores of 3.150 and 2.717), as well as with the SPACE method, the company is in the aggressive quadrant, so the strategies that are suitable to be implemented by the company are market penetration, market development, and product development. The determination of strategic priorities is carried out using the AHP method, in which the largest alternative is the addition of an e-catalogue on the company's official website with a score of 0.270

Keywords: IE Matrix, SPACE Matrix, SWOT Matrix, Analytical Hierarchy Process, Strategic Management

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan karuniaNya, penulis dapat menyelesaikan pembuatan Skripsi dengan judul “Perancangan Strategi Pemasaran dengan Metode Matriks IFE, EFE dan IE, Matriks SWOT, Matriks SPACE, dan AHP (Studi Kasus Pada PT. Win Fluid Engineering)” dengan lancar.

Tujuan Pembuatan Laporan ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan mata kuliah pada program studi S-1 Teknik Industri di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, yakni Skripsi. Dalam pembuatan laporan ini, penulis berterima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis, baik secara moral maupun material, dari awal hingga laporan ini selesai. Penulis hendak mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Mama, Kak Clara, Chalvin dan keluarga yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis
2. Bapak Dr. Ir. Reda Rizal, B.Sc., M.Si., IPU, selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
3. Bapak Muhamad As'adi, ST.,MT, IPM, selaku ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
4. Bapak M. Rachman Waluyo, ST, MT, selaku dosen pembimbing pertama yang telah banyak memberikan arahan dalam proses pembuatan laporan skripsi
5. Bapak Dr. Yulizar Widyatama, M.Eng., selaku dosen pembimbing kedua yang telah banyak memberikan arahan dalam proses pembuatan laporan skripsi
6. PT. Win Fluid Engineering (Pak Denny, Pak Henry, Bu Dini, Bu Ie Mian, Bu Maryati, Bu Melita), selaku perusahaan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian
7. Bang Ronald Sitorus dan Tiur Intan Oktavia Sianturi yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis
8. Bang Niko Kembaren yang telah membantu penulis dalam mencari objek penelitian
9. Irene Fritzdwinia, Rahmi Dwi Fitriani, Marcellio Kebayakenta Maha,

Devi Pusparina, Clarissa Vadya Azarine, dan Erika Rahmi, yang selalu mensupport penulis

10. Rana Salsabila Deani dan Prama Shandyasta Mahandriya selaku teman seperbimbingan skripsi

11. Teman-teman Angkatan 2018

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan pada laporan ini, baik dalam penyusunannya ataupun kata-kata yang kurang berkenan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun.

Akhir kata, penulis berharap agar laporan penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, Januari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	
Lembar Pernyataan Orisinalitas	i
Lembar Pernyataan Persetujuan Publikasi.....	ii
Halaman Pengesahan Penguji.....	iii
Halaman Pengesahan Pembimbing.....	iv
Abstrak.....	v
<i>Abstract</i>	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar	xvi
Daftar Lampiran	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup Pembahasan Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Manajemen Strategis	10
2.2.1 Peran Manajemen Strategis	11
2.2.2 Manfaat Manajemen Strategis	11
2.2.3 Tahap-tahap Manajemen Strategis	11
2.3 Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)	13
2.4 Matriks External Factor Evaluation (EFE).....	14
2.5 Matriks IE (Internal-External)	16
2.6 Matriks SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat)	17
2.7 Matriks SPACE (Strategic Position and Action Evaluation)	19

2.8 Analytical Hierarchy Process (AHP)	20
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	25
3.3 Penarikan Sampel Penelitian	26
3.3.1 Metode	26
3.3.2 Jumlah Sampel	27
3.4 Tempat dan Waktu Penelitian.....	29
3.4.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	29
3.4.2 Kompetensi Perusahaan	29
3.4.3 <i>Key Account</i> Perusahaan	30
3.4.4 PARKER.....	30
3.5 Alur Penelitian	31
3.5.1 Penentuan Objek Masalah	33
3.5.2 Perumusan Masalah	33
3.5.3 Penetapan Tujuan Penelitian.....	33
3.5.4 Penentuan Ruang Lingkup Penelitian.....	33
3.5.5 Pengumpulan Data.....	33
3.5.5.1 Pengumpulan Data Primer	33
3.5.5.2 Pengumpulan Data Sekunder	34
3.5.6 Tahap Input.....	34
3.5.6.1 Matriks IFE	34
3.5.6.2 Matriks EFE.....	34
3.5.7 Tahap Pengolahan Data	34
3.5.7.1 Matriks IE (<i>Internal-External</i>)	34
3.5.7.2 Matriks SWOT	35
3.5.7.3 Matriks SPACE.....	35
3.5.8 Tahap Pengambilan Keputusan.....	35
3.5.8.1 AHP	35
3.5.9 Kesimpulan dan Saran	36
3.5.9.1 Kesimpulan	36
3.5.9.2 Saran	36

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	37
4.1 Pengumpulan Data.....	37
4.1.1 Tahap <i>Input</i>	37
4.1.1.1 Pengumpulan Data Matriks IFE	37
4.1.1.2 Pengumpulan Data Matriks EFE.....	39
4.1.2 Pencocokan	40
4.1.2.1 Pengumpulan Data Matriks IE.....	40
4.1.2.2 Pengumpulan Data Matriks SPACE	40
4.1.2.2.1 <i>Financial Position</i>	40
4.1.2.2.2 <i>Competitive Position</i>	43
4.1.2.2.3 <i>Stability Position</i>	44
4.1.2.2.4 <i>Industry Position</i>	45
4.1.2.3 Pengumpulan Data Matriks SWOT	46
4.1.3 Tahap Keputusan.....	47
4.1.3.1 Pengumpulan Data AHP	47
4.2 Pengolahan Data	48
4.2.1 Tahap Input	48
4.2.1.1 Pengolahan Data Matriks IFE.....	48
4.2.1.2 Pengolahan Data Matriks EFE.....	54
4.2.2 Tahap Pencocokan	59
4.2.2.1 Pengolahan Data Matriks IE.....	57
4.2.2.2 Pengolahan Data Matriks SPACE.....	57
4.2.2.3 Pengolahan Data Matriks SWOT.....	61
4.2.3 Tahap Keputusan.....	62
4.2.3.1 Pengolahan Data AHP	62
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	92
5.1 Tahap Input	92
5.1.1 Matriks IFE.....	92
5.1.2 Matriks EFE.....	92
5.2 Tahap Pencocokan (<i>Matching Stage</i>)	92
5.2.1 Matriks IE	92

5.2.2 Matriks SPACE	92
5.2.3 Matriks SWOT	93
5.3 Hubungan antara Matriks IE, SPACE dan SWOT.....	99
5.4 Tahap Keputusan (<i>Decision Stage</i>).....	100
5.4.1 AHP.....	100
5.5 Perancangan Strategi Berdasarkan Prioritas	103
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	106
6.1 Kesimpulan	106
6.2 Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Customer PT Win Fluid Engineering	2
Tabel 1.2 Strategi Existing PT Win Fluid Engineering	4
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	8
Tabel 2.2 Matriks IFE	14
Tabel 2.3 Matriks EFE	16
Tabel 2.4 Matriks SWOT	18
Tabel 2.5 Skala Penilaian Perbandingan Berpasangan.....	22
Tabel 2.6 <i>Random Index</i>	24
Tabel 3.1 Pelanggan PT. WFE yang dapat dijadikan responden	27
Tabel 3.2 Karyawan PT. WFE yang dapat dijadikan responden.....	28
Tabel 4.1 Data Kuesioner Penentuan variabel IFE	37
Tabel 4.2 Data Kuesioner Penentuan variabel EFE	39
Tabel 4.3 ROI PT WFE.....	40
Tabel 4.4 <i>Leverage Ratio</i> PT WFE	41
Tabel 4.5 <i>Liquidity</i> PT WFE	42
Tabel 4.6 <i>Working Capital</i> PT WFE	43
Tabel 4.7 Skala pembobotan matriks IFE	49
Tabel 4.8 Contoh perhitungan pembobotan Matriks IFE	49
Tabel 4.9 Bobot Variabel Kekuatan dan Kelemahan	50
Tabel 4.10 Skala Rating Matriks IFE	51
Tabel 4.11 Rating Matriks IFE	52
Tabel 4.12 Weighted Score IFE	53
Tabel 4.13 Skala pembobotan matriks EFE	54
Tabel 4.14 Contoh perhitungan pembobotan Matriks EFE	54
Tabel 4.15 Bobot Variabel Peluang dan Ancaman	56
Tabel 4.16 Skala Rating Matriks EFE	57
Tabel 4.17 Rating Matriks EFE	57
Tabel 4.18 Weighted Score EFE	58
Tabel 4.19 <i>Scoring</i> Matriks SPACE.....	59
Tabel 4.20 Matriks SWOT	62
Tabel 4.21 Perhitungan perbandingan faktor dengan tujuan.....	64

Tabel 4.22	Perhitungan perbandingan aktor dengan faktor sistem informasi	65
Tabel 4.23	Perhitungan perbandingan aktor dengan faktor harga produk	65
Tabel 4.24	Perhitungan perbandingan aktor dengan faktor kualitas produk.....	66
Tabel 4.25	Perhitungan perbandingan aktor dengan faktor varietas produk.....	66
Tabel 4.26	Perhitungan perbandingan alternatif dengan aktor operasional	67
Tabel 4.27	Perhitungan perbandingan alternatif dengan aktor Sales	67
Tabel 4.28	Perhitungan perbandingan alternatif dengan aktor Finance	68
Tabel 4.29	Perhitungan perbandingan alternatif dengan aktor Accounting	68
Tabel 4.30	Perhitungan perbandingan alternatif dengan aktor business development	69
Tabel 4.31	Matriks Perbandingan Berpasangan faktor dengan tujuan.....	70
Tabel 4.32	Normalisasi faktor dengan tujuan.....	70
Tabel 4.33	Pembobotan faktor dengan tujuan	71
Tabel 4.34	Matriks Perbandingan Berpasangan Aktor dengan Faktor Sistem Informasi	71
Tabel 4.35	Normalisasi Aktor dengan Faktor Sistem Informasi.....	71
Tabel 4.36	Pembobotan Aktor dengan Faktor Sistem Informasi	72
Tabel 4.37	Matriks Perbandingan Berpasangan Aktor dengan Faktor Harga Produk	72
Tabel 4.38	Normalisasi Aktor dengan Faktor Harga Produk	72
Tabel 4.39	Pembobotan Aktor dengan Faktor Harga Produk	73
Tabel 4.40	Matriks Perbandingan Berpasangan Aktor dengan Faktor Kualitas Produk	73
Tabel 4.41	Normalisasi Aktor dengan Faktor Kualitas Produk	73
Tabel 4.42	Pembobotan Aktor dengan Faktor Kualitas Produk.....	74
Tabel 4.43	Matriks Perbandingan Berpasangan Aktor dengan Faktor Varietas Produk	74
Tabel 4.44	Normalisasi Aktor dengan Faktor Varietas Produk	74
Tabel 4.45	Pembobotan Aktor dengan Faktor Varietas Produk.....	75
Tabel 4.46	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif dengan Aktor Operasional	75
Tabel 4.47	Normalisasi Alternatif dengan Aktor Operasional	75

Tabel 4.48	Pembobotan Alternatif dengan Aktor Operasional	76
Tabel 4.49	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif dengan Aktor Sales ...	76
Tabel 4.50	Normalisasi Alternatif dengan Aktor Sales	77
Tabel 4.51	Pembobotan Alternatif dengan Aktor Sales	77
Tabel 4.52	Pembobotan Alternatif dengan Aktor Finance	77
Tabel 4.53	Normalisasi Alternatif dengan Aktor Finance	78
Tabel 4.54	Pembobotan Alternatif dengan Aktor Finance	78
Tabel 4.55	Pembobotan Alternatif dengan Aktor Accounting	79
Tabel 4.56	Normalisasi Alternatif dengan Aktor Accounting	79
Tabel 4.57	Pembobotan Alternatif dengan Aktor Accounting	79
Tabel 4.58	Matriks Perbandingan Berpasangan Alternatif dengan Aktor Business Development	80
Tabel 4.59	Normalisasi Alternatif dengan Aktor Business Development	80
Tabel 4.60	Pembobotan Alternatif dengan Aktor Business Development.....	81
Tabel 4.61	Nilai Rating Index	81
Tabel 4.62	Nilai Konsistensi Faktor terhadap tujuan	83
Tabel 4.63	Nilai Konsistensi aktor terhadap faktor sistem informasi	83
Tabel 4.64	Nilai Konsistensi aktor terhadap faktor harga produk.....	84
Tabel 4.65	Nilai Konsistensi aktor terhadap faktor kualitas produk	85
Tabel 4.66	Nilai Konsistensi aktor terhadap faktor varietas produk	85
Tabel 4.67	Nilai Konsistensi alternatif terhadap aktor operasional	86
Tabel 4.68	Nilai Konsistensi aktor alternatif terhadap aktor sales	87
Tabel 4.69	Nilai Konsistensi aktor alternatif terhadap aktor finance	87
Tabel 4.70	Nilai Konsistensi aktor alternatif terhadap aktor Accounting	88
Tabel 4.71	Nilai Konsistensi aktor alternatif terhadap aktor Business Development	89
Tabel 4.72	Bobot Global Aktor	90
Tabel 4.73	Bobot Global Alternatif.....	91
Tabel 5.1	Nilai Variabel Matriks SPACE	93
Tabel 5.2	Rekapitulasi Bobot Faktor	101
Tabel 5.3	Rekapitulasi Bobot Aktor	101
Tabel 5.4	Rekapitulasi Bobot Alternatif.....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Tahun 2019 PT. Win Fluid Engineering	1
Gambar 1.2 Data Penjualan Tahun 2020 PT. Win Fluid Engineering	1
Gambar 1.3 Performansi Penjualan PT. Win Fluid Engineering	3
Gambar 2.1 Model Manajemen Strategis	13
Gambar 2.2 Matriks IE	17
Gambar 2.3 Matriks SPACE	20
Gambar 2.4 Struktur Hirarki AHP.....	21
Gambar 3.1 PT. Win Fluid Engineering	29
Gambar 3.2 <i>Key Account</i> Perusahaan	30
Gambar 3.3 Logo PARKER	30
Gambar 3.4 Alur Penelitian	32
Gambar 4.1 Matriks IE	59
Gambar 4.2 Matriks SPACE	61
Gambar 4.3 Struktur Hirarki AHP	63
Gambar 5.1 Fitur Input Direct Quotation	95
Gambar 5.2 Consent Management untuk Penawaran Produk	96
Gambar 5.3 Tahapan Perancangan manajemen strategi	99
Gambar 5.4 Struktur Hirarki AHP dengan Prioritas Utama	102
Gambar 5.5 <i>E-Catalogue</i> Website Perusahaan	103
Gambar 5.6 Menu Produk Website PT. WFE	104
Gambar 5.7 Produk <i>Accumulator</i> PT. WFE	104

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Pernyataan Bebas Plagiarism	xviii
Lampiran 2	Bukti Chat dengan Pak Denny (Direktur Operational dan Sales PT. WFE)	xix
Lampiran 3	Bukti Chat dengan Pelanggan PT. WFE.....	xx
Lampiran 4	Kuesioner Terbuka IFE.....	xxi
Lampiran 5	Jawaban Responden untuk Kuesioner Terbuka IFE.....	xxii
Lampiran 6	Kuesioner Pembobotan dan <i>Rating</i> IFE.....	xxiv
Lampiran 7	Jawaban Responden untuk Kuesioner Pembobotan dan <i>Rating</i> IFE.....	xxviii
Lampiran 8	Kuesioner Terbuka EFE.....	xliv
Lampiran 9	Jawaban Responden untuk Kuesioner Terbuka EFE.....	xlv
Lampiran 10	Kuesioner Pembobotan dan <i>Rating</i> EFE	xlvii
Lampiran 11	Jawaban Responden untuk Kuesioner Pembobotan dan <i>Rating</i> EFE.....	l
Lampiran 12	Kuesioner SPACE.....	lxi
Lampiran 13	Jawaban Responden untuk Kuesioner SPACE.....	lxii
Lampiran 14	Kuesioner AHP	lxiii
Lampiran 15	Jawaban Responden untuk Kuesioner AHP	lxix