

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA JASA PERCETAKAN PADA
CV. KITA PRINTING DENGAN PENDEKATAN ANALISIS SWOT DAN
METODE *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)***

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

VERA FARADILLAH

NPM. 18032010115

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA**

2022

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA JASA PERCETAKAN PADA
CV. KITA PRINTING DENGAN PENDEKATAN ANALISIS SWOT DAN
METODE *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)***

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Program Studi Teknik Industri**



Diajukan Oleh :

VERA FARADILLAH

NPM. 18032010115

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK**

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

SURABAYA

2022

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA JASA PERCETAKAN
PADA CV. KITA PRINTING DENGAN PENDEKATAN ANALISIS SWOT
DAN METODE *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX*
(*QSPM*)**

Disusun Oleh:

VERA FARADILLAH
18032010115

**Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Di Terima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal: 4 November 2022**

Tim Penguji :

1.

Ir. Rr. Rochmoeljati, MMT.
NIP. 19611029 199103 2 001

2.

Ir. Bidi Samanhudi, MMT.
NIP. 19580625 198503 1 001

3.

Ir. Iriani, MMT.
NIP. 19621126 198803 2 001

Pembimbing

1.

Ir. Iriani, MMT.
NIP. 19621126 198803 2 001

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Teknik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Dr. Dra. Jariyah, MP
NIP. 19650403 199103 2 001



KETERANGAN REVISI

Mahasiswa di bawah ini:

Nama : Vera Faradillah

NPM : 18032010115



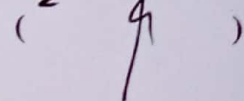
Program Studi : ~~Teknik Kimia~~ / Teknik Industri / ~~Teknologi Pangan~~ /
~~Teknik Lingkungan~~ / ~~Teknik Sipil~~

Telah mengerjakan revisi / tidak ada revisi *) ~~PRA RENCANA (DESAIN)~~ / SKRIPSI / ~~TUGAS~~
~~AKHIR~~ Ujian Lisan Periode II, TA 2022/2023

Dengan judul : **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA JASA
PERCETAKAN PADA CV. KITA PRINTING DENGAN
PENDEKATAN ANALISIS SWOT DAN METODE
QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)**

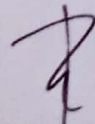
Dosen Penguji yang memerintahkan revisi

1. Ir. Rr. Rochmoeljati, MMT.
2. Ir. Didi Samanhudi, MMT.
3. Ir. Iriani, MMT.

()
()
()

Surabaya, 11 November 2022

Menyetujui,
Dosen Pembimbing


Ir. Iriani, MMT.

NIP. 19621126 198803 2 001



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Vera Faradillah
NPM : 18032010115
Program Studi : Teknik Industri
Alamat : Nginden Jaya 2/1, Surabaya
No. HP : 081259009066
Alamat e-mail : verafaradillah@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa isi sebagian maupun keseluruhan skripsi saya dengan judul :

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA JASA PERCETAKAN
PADA CV. KITA PRINTING DENGAN PENDEKATAN ANALISIS SWOT
DAN METODE *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX*
(QSPM)**

Adalah benar penelitian saya sendiri atau bukan plagiat hasil penelitian orang lain, diselesaikan tanpa menggunakan bahan-bahan yang tidak diijinkan dan saya ajukan sebagai persyaratan kelulusan program sarjana Teknik Industri Fakultas Teknik UPN "Veteran" Jawa Timur. Apabila ternyata pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 11 November 2022

Mengetahui,

Koorprogdi Teknik Industri

Yang Membuat Pernyataan

Dr. Dira Ernawati, ST., MT
NP3K. 19780602 202121 2 003



Vera Faradillah
NPM. 18032010115

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Usaha Jasa Percetakan pada CV. Kita Printing dengan Pendekatan Analisis SWOT dan Metode *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*”.

Adapun maksud dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kurikulum tingkat sarjana (S – 1) bagi setiap mahasiswa program studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam menyusun tugas akhir ini, banyak pihak yang secara langsung telah turut membantu, membimbing, dan mendukung tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Dra. Jariyah, MP. selaku Dekan Fakultas Teknik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dira Ernawati, ST., MT selaku Koordinator Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Ir. Iriani, MMT selaku Dosen Pembimbing.
4. Bapak dan Ibu Dosen Penguji yang membantu dalam pembenahan laporan tugas akhir saya serta bantuan-bantuan lainnya.

5. Bapak dan Ibu Dosen yang telah mengajar, membimbing, dan memberikan ilmu kepada saya selama menjadi mahasiswa di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Seluruh staff dan karyawan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur atas kerja samanya.
7. Kedua orang tua yang sangat saya cintai, Bapak Drs. Syaiful Aidi dan Ibu Emi Parsiningsih yang telah berjuang membimbing, mendidik, mendukung, dan mendoakan saya selama ini dengan sangat sabar tanpa henti dan tanpa berkeluh kesah.
8. Anisa Ramadhani sebagai kakak saya, dan saudara-saudara, serta seluruh keluarga besar saya yang selalu mendukung dan memberikan semangat.
9. Ben Bouha Abdel Aziz sebagai sahabat yang selalu ada untuk membantu, mendukung, menghibur, dan mendoakan saya untuk tetap terus semangat dalam mengejar mimpi.
10. Rifqah Seika Athiyyah sebagai sahabat sejak SMA yang selalu menghibur dan mendukung saya hingga saat ini.
11. Bryan Arya Pangestu sebagai sahabat yang selalu membantu dan mendukung saya selama kuliah.
12. Teman-teman Teknik Industri angkatan 2018 yang sudah memberikan bantuan dan informasi dari masa kuliah hingga tugas akhir ini.
13. Semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan dan penyusunan tugas akhir ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

14. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for just being me at all times.*

Penulis menyadari bahwa isi dan cara penyajian tugas akhir ini masih jauh dari sempurna dan dari yang diharapkan, oleh karena itu penulis mengharapkan segala saran dan kritik dari semua pihak yang bersifat membangun demi kesempurnaan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat sekaligus dapat menambah wawasan serta berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 28 Maret 2022

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Asumsi	5
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	6
1.7 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Strategi	9
2.1.1 Macam-Macam Strategi	9
2.1.2 Strategi Bersaing	10
2.1.3 Perumusan dan Pemilihan Strategi.....	12
2.2 Manajemen Strategi	13

2.2.1	Manfaat Manajemen Strategi	14
2.2.2	Proses Manajemen Strategi	15
2.3	Pemasaran	17
2.3.1	Peran Pemasaran	19
2.3.2	Bauran Pemasaran Jasa	21
2.4	Manajemen Pemasaran.....	24
2.5	Strategi Pemasaran	26
2.5.1	Unsur-Unsur Strategi Pemasaran	27
2.6	Kuesioner	29
2.7	Populasi dan Sampel	30
2.8	Teknik Pengambilan Sampel.....	30
2.9	Uji Kecukupan Data	31
2.10	Uji Validitas	32
2.11	Uji Reliabilitas	33
2.12	Tahap Masukan (<i>Input Stage</i>) dalam Penyusunan Strategi.....	34
2.12.1	Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)	34
2.12.2	Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>)	37
2.13	Tahap Pencocokan (<i>Matching Stage</i>) dalam Penyusunan Strategi	39
2.13.1	Matriks IE (Internal-Eksternal)	39
2.13.2	Analisis SWOT	41
2.14	Tahap Pengambilan Keputusan (<i>Decision Stage</i>) dalam Penyusunan Strategi.....	44

2.14.1 Analisis QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>) .	45
2.15 Penelitian Terdahulu	47
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	50
3.2 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel.....	50
3.2.1 Variabel Terikat.....	50
3.2.2 Variabel Bebas	51
3.3 Langkah-Langkah Pemecahan Masalah.....	52
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.5 Teknik Analisis Data.....	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Pengumpulan Data Analisis SWOT.....	62
4.1.1 Populasi dan Penentuan Sampel.....	62
4.1.2 Analisis Faktor Lingkungan Internal.....	64
4.1.3 Analisis Faktor Lingkungan Eksternal	68
4.1.4 Demografi Sampel Penelitian Analisis SWOT	72
4.1.5 Uji Kecukupan Data Kuesioner Analisis SWOT	76
4.1.6 Uji Validitas Kuesioner Analisis SWOT	76
4.1.7 Uji Reliabilitas Kuesioner Analisis SWOT.....	78
4.2 Pengolahan Data Analisis SWOT	79
4.2.1 Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)	79
4.2.2 Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>)	81

4.2.3	Matriks IE (Internal-Eksternal)	83
4.2.4	Analisis Matriks SWOT	85
4.3	Pengumpulan Data Analisis QSPM	91
4.3.1	Demografi Sampel Penelitian Analisis QSPM.....	91
4.3.2	Uji Kecukupan Data Kuesioner Analisis QSPM.....	93
4.3.3	Uji Validitas Kuesioner Analisis QSPM.....	93
4.3.4	Uji Reliabilitas Kuesioner Analisis QSPM	95
4.4	Pengolahan Data Analisis QSPM.....	96
4.4.1	Analisis QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>)	96
4.5	Hasil dan Pembahasan.....	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		104
5.1	Kesimpulan	104
5.2	Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA		1
LAMPIRAN.....		1

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Rata-Rata Omset CV. Kita Printing	2
Tabel 2.1	Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)	35
Tabel 2.2	Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>)	37
Tabel 2.3	Matriks SWOT	43
Tabel 2.4	Matriks QSPM.....	47
Tabel 3.1	Variabel Internal dan Indikatornya	51
Tabel 3.2	Variabel Eksternal dan Indikatornya.....	51
Tabel 4.1	Faktor Internal CV. Kita Printing.....	68
Tabel 4.2	Faktor Eksternal CV. Kita Printing.....	72
Tabel 4.3	Responden Kuesioner Analisis SWOT Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4.4	Responden Kuesioner Analisis SWOT Berdasarkan Umur.....	73
Tabel 4.5	Responden Kuesioner Analisis SWOT Berdasarkan Domisili	74
Tabel 4.6	Responden Kuesioner Analisis SWOT Berdasarkan Pekerjaan ...	75
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Kuesioner Analisis SWOT	77
Tabel 4.8	<i>Output Reliability Statistics</i> Kuesioner Analisis SWOT.....	78
Tabel 4.9	Hasil Rekapitulasi Matriks IFE di CV. Kita Printing.....	79
Tabel 4.10	Hasil Rekapitulasi Matriks EFE di CV. Kita Prinring	82
Tabel 4.11	Matriks SWOT pada CV. Kita Printing	86
Tabel 4.12	Responden Kuesioner Analisis QSPM Berdasarkan Jenis Kelamin	91

Tabel 4.13 Responden Kuesioner Analisis QSPM Berdasarkan Umur	92
Tabel 4.14 Responden Kuesioner Analisis QSPM Berdasarkan Domisili.....	92
Tabel 4.15 Responden Kuesioner Analisis QSPM Berdasarkan Pekerjaan....	92
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Kuesioner Analisis QSPM	94
Tabel 4.17 <i>Output Reliability Statistics</i> Kuesioner Analisis QSPM.....	95
Tabel 4.18 Hasil Kuesioner Analisis QSPM.....	96
Tabel 4.19 Hasil Matriks QSPM CV. Kita Printing.....	99
Tabel 4.20 Peringkat Alternatif Strategi Pemasaran pada CV. Kita Printing .	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Matriks IE.....	40
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	52
Gambar 4.1	Diagram Matriks IE CV. Kita Printing.....	84

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian Analisis SWOT
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian Metode QSPM
- Lampiran 3 Rekapitulasi Kuesioner Analisis SWOT Faktor Internal dan Eksternal
- Lampiran 4 Perhitungan *Rating*, Bobot, dan Skor Faktor Internal dan Eksternal
- Lampiran 5 Hasil Kuesioner Metode QSPM dan Perhitungan *Attractive Score (AS)*

ABSTRAK

Saat ini, berbagai bidang bisnis menghadapi iklim kompetisi yang tinggi, sehingga perusahaan harus dapat mempertahankan eksistensinya dengan melakukan strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai tujuannya. Salah satunya pada bisnis bidang percetakan, CV. Kita Printing adalah perusahaan jasa di bidang percetakan yang mengalami penurunan tingkat permintaan konsumen terhadap jasa cetak di CV. Kita Printing sehingga penjualan mengalami penurunan dari tahun 2020 hingga 2021. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan oleh CV. Kita Printing dalam mengatasi permasalahan perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk menghasilkan beberapa alternatif strategi berdasarkan identifikasi faktor lingkungan perusahaan dan metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) untuk mengurutkan beberapa alternatif strategi tersebut sesuai skala prioritasnya. Adapun hasil analisis pada penelitian ini didapatkan alternatif strategi dengan skor TAS tertinggi sebesar 6,006 yaitu memberikan diskon dan promo-promo menarik secara berkala, baik kepada *user*, *reseller*, dan member khusus. Sehingga alternatif strategi pemasaran tersebut menjadi strategi prioritas untuk diterapkan oleh CV. Kita Printing dalam mencapai tujuan perusahaan.

Kata Kunci: QSPM, Strategi Pemasaran, SWOT

ABSTRACT

Currently, various business fields are facing a highly competitive climate, so companies must be able to maintain their existence by implementing the right marketing strategies to achieve their goals. One of them is in the printing business, CV. Kita Printing is a service company in the printing sector which has consumer demand decreased for printing services at CV. Kita Printing so that the sales decreased from 2020 to 2021. This research aims to analyze the right marketing strategy to be applied by CV. Kita Printing in overcoming company problems. This research uses a SWOT analysis approach (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) to generate several alternative strategies based on the identification of the company's environmental factors and the QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) method to sort several alternative strategies according to their priority scale. The results of the analysis in this study obtained alternative strategies with the highest TAS score of 6,006, namely providing discounts and attractive promos on a regular basis, both to users, resellers, and special members. So that the alternative marketing strategy becomes a priority strategy to be applied by CV. Kita Printing in achieving company goals.

Keywords: *QSPM, Marketing Strategy, SWOT*