

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN METODE *SOAR*
STRATEGIC DAN *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX*
(QSPM) PADA CV. LASKIN BEAUTY**

SKRIPSI



Oleh :

ANISSA REZA SALBILA

18032010131

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
2021**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN METODE
SOAR STRATEGIC DAN QUANTITATIVE STRATEGIC
PLANNING MATRIX (QSPM) PADA CV. LASKIN BEAUTY**

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh :
ANISSA REZA SALBILA
NPM. 18032010131

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

2022

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN METODE SOAR
STRATEGIC DAN QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING
MATRIX (QSPM) PADA CV. LASKIN BEAUTY

Disusun Oleh:

ANISSA REZA SALBILA

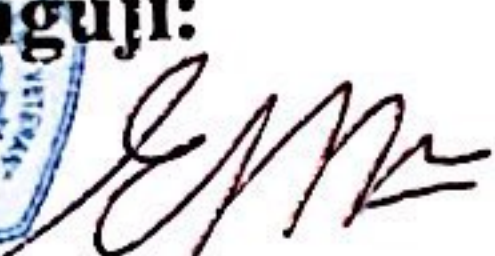
NPM. 18032010131

Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Di Terima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

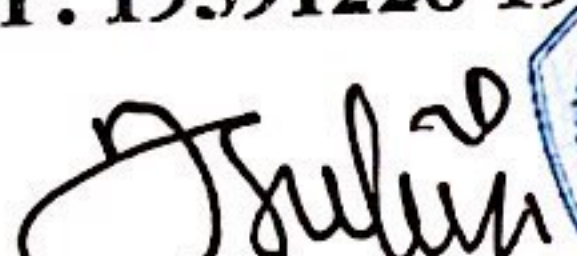
Pada Tanggal: 14 Juli 2022

Tim Penguji:

1.


Ir. Endang Puji W, MMT
NIP. 19591228 198803 2001

2.


Dwi Sukma D, ST., MT
NIP. 19810726 200501 1 002

3.


Ir. Didi Samanhudi, MMT.
NIP. 19580625 1985031 1 001

Pembimbing:

1.


Ir. Didi Samanhudi, MMT.
NIP. 19580625 1985031 1 001

Mengetahui


Dekan Fakultas Teknik
UPN "Veteran" Jawa Timur

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



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS TEKNIK

KETERANGAN REVISI

Mahasiswa di bawah ini:

Nama : Anissa Reza Salbila

NPM : 18032010131

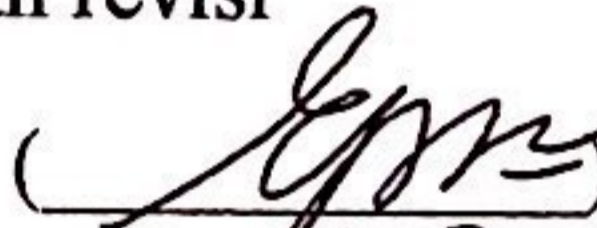
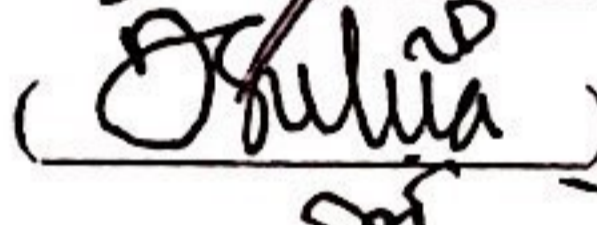

Program Studi : ~~Teknik Kimia~~ / Teknik Industri / ~~Teknologi Pangan~~ /
~~Teknik Lingkungan~~ / ~~Teknik Sipil~~

Telah mengerjakan revisi / tidak ada revisi *) ~~PRA-RENCANA (DESAIN)~~ / SKRIPSI /
~~TUGAS AKHIR~~ Ujian Lisan Periode. Juli 2022, TA . 2021-2022

Dengan judul : **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN METODE SOAR
STRATEGIC DAN QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM) PADA
CV. LASKIN BEAUTY**


Dosen Penguji yang memerintahkan revisi

1. Ir. Endang Puji W, MMT
2. Dwi Sukma D. ST., MT
3. Ir. Didi Samanhudi, MMT

Surabaya, 21 Juli 2022

Menyetujui,
Dosen Pembimbing


Ir. Didi Samanhudi, MMT
NIP. 19580625 1985031 1 001

Catatan: *) coret yang tidak perlu



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Anissa Reza Salbila
NPM : 18032010131
Program Studi : Teknik Industri
Alamat : Jl Gn Krakatau AD 11-12 - Gresik
No. HP : 087803410427
Alamat e-mail : anissarezasalbila@gmail.com

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

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN METODE *SOAR STRATEGIC* DAN *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)* PADA CV. LASKIN BEAUTY

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, 18 Juli 2022

Mengetahui,

Koorprogdi Teknik Industri

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

Yang Membuat Pernyataan

Anissa Reza Salbila
NPM. 18032010131

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, taufiq, hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini dengan baik tepat pada waktunya.

Laporan ini dapat terselesaikan karena tidak lepas dari bimbingan pengarahannya, petunjuk, dan bantuan dari pembimbing lapangan dan dari para staf Operasional di lapangan dan Dosen pembimbing kerja praktik, juga dari literature yang ada serta berbagai pihak yang membantu dalam penyusunannya. Oleh karena itu penulis tidak lupa untuk menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Dra. Jariyah, MP, selaku Dekan Fakultas Teknik UPN “Veteran” Jawa Timur
2. Ibu Dr. Dira Ernawati, ST. MT, selaku Koordinator Program Studi Teknik Industri UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Ir. Didi Samanhudi, MMT, selaku Dosen Pembimbing Skripsi Program Studi Teknik Industri UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Yusuf Ricco, selaku founder CV. Laskin Beauty
5. Orang tua saya yang selalu mendukung saya dalam segala keadaan, tak lupa juga kepada teman-teman saya yang mendukung saya dalam menyelesaikan Skripsi ini.

6. Semua pihak yang telah mendukung dan memberi semangat untuk semua kegiatan dalam penyelesaian Skripsi ini.

Kami menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini masih jauh dari apa yang diharapkan. Hal ini tidak lain karena keterbatasan ilmu dan kemampuan yang penyusun miliki. Oleh karena itu penulis berharap adanya kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan bagi kita semua.

Surabaya, 6 Juni 2022

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAKSI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Asumsi.....	4
1.5 Tujuan Penelitian	4
1.6 Manfaat Penelitian.....	4
1.7 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Produk	7
2.2 Pemasaran.....	8
2.3 Konsep Pemasaran.....	9
2.3.1 Konsep Produksi (<i>production concept</i>).....	9
2.3.2 Konsep Produk (<i>product concept</i>).....	9
2.3.3 Konsep Penjualan (<i>selling concept</i>)	10

2.3.4	Konsep Pemasaran (<i>marketing concept</i>)	10
2.3.5	Konsep Pemasaran Sosial (<i>societal marketing concept</i>)	11
2.4	Manajemen Pemasaran	12
2.5	Strategi Pemasaran	13
2.5.1	Strategi Pemasaran Ofensif	13
2.5.2	Strategi Pemasaran Defensif	15
2.5.3	Strategi Pemasaran Kompetitif	17
2.6	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	19
2.6.1	Produk (<i>Product</i>)	20
2.6.2	Lokasi atau Distribusi (<i>Place</i>)	21
2.6.3	Promosi (<i>Promotion</i>)	22
2.6.4	Harga (<i>Price</i>)	23
2.7	Analisis Lingkungan	25
2.7.1	Analisis Lingkungan Internal	25
2.7.2	Analisis Lingkungan Eksternal	26
2.8	Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	26
2.9	Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE)	28
2.10	Matriks <i>Internal Eksternal</i> (IE)	29
2.11	SOAR	30
2.12	<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM)	35
2.13	Langkah Penelitian Metode SOAR dan QSPM	38
2.14	Penelitian Terdahulu	42
BAB III	METODE PENELITIAN	44
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	44

3.2	Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel.....	44
3.3	Langkah-langkah Pemecahan Masalah	48
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	57
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1	Gambaran Obyek Penelitian.....	59
4.2	Penentuan Jumlah Sampel.....	60
4.3	Penyebaran Kuisisioner	60
4.4	Uji Kecukupan Data	64
4.5	Uji Validitas	64
4.6	Uji Realibilitas.....	65
4.7	Hasil Rating Kuisisioner	66
4.8	Identifikasi Faktor Lingkungan yang berpengaruh	68
4.8.1	Faktor Internal	68
4.8.2	Faktor Eksternal.....	71
4.9	Analisis Matriks	75
4.9.1	Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	75
4.9.2	Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	77
4.9.3	Matriks Internal Eksternal (IE).....	78
4.10	Analisis Matriks SOAR.....	80
4.11	Analisis Matriks QSPM	84
4.12	Pemeringkatan Alternatif Strategi	89
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1	Kesimpulan.....	94
5.1	Saran.....	95

DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR GAMBAR

BAB II LANDASAN TEORI

Gambar 2.1 Perbedaan Analisis SWOT dan SOAR..... 31

Gambar 2.2 Fokus Utama Strategi SOAR..... 33

BAB III METODE PENELITIAN

Gambar 3.1 Langkah-langkah dan Pemecahan Masalah..... 48

Gambar 3.2 Rumus Uji Validitas 54

Gambar 3.3 Rumus Uji Reliabilitas 54

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambar 4.1 Uji Reliabilitas Kuisisioner Penelitian..... 66

DAFTAR TABEL

BAB II LANDASAN TEORI

Tabel 2.1	Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i>	28
Tabel 2.2	Matriks <i>External Factor Evaluation</i>	28
Tabel 2.3	Matriks IE.....	29
Tabel 2.4	Matriks SOAR.....	35
Tabel 2.5	Matriks QSPM.....	36
Tabel 2.6	Hasil Perhitungan QSPM	37

BAB III METODE PENELITIAN

Tabel 3.1	Dimensi dan Atribut Variabel	46
-----------	------------------------------------	----

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 4.1	Karakteristik Responden	61
Tabel 4.2	Data Hasil Uji Validitas	65
Tabel 4.3	Hasil Rating Kuisisioner	66
Tabel 4.4	Matriks IFE.....	76
Tabel 4.5	Matriks EFE.....	77
Tabel 4.6	Matriks IE.....	79
Tabel 4.7	Penentuan alternative SOAR	79
Tabel 4.8	Matriks SOAR	80
Tabel 4.9	Matriks QSPM Strategi 1,2,3.....	85
Tabel 4.10	Matriks QSPM Strategi 4 dan 5	86
Tabel 4.11	Matriks QSPM Srategi 6 dan 7	88
Tabel 4.12	Hasil Perhitungan QSPM.....	89

Tabel 4.13 Hasil Pemeringkatan Strategi Alternatif..... 89

DAFTAR LAMPIRAN

Data Penjualan	100
Penjelasan Atribut Pada Variabel Bebas	101
Tabel R	118
Kuisisioner	119
Data Kuisisioner	128

ABSTRAK

Saat ini skincare dapat dikatakan sebagai kebutuhan primer terutama untuk kalangan wanita. Banyak brand yang mulai bermunculan dengan berbagai inovasi produk mereka untuk kebutuhan masyarakat membuat perusahaan harus meningkatkan strategi pemasaran untuk dapat bersaing. CV. Laskin Beauty adalah perusahaan yang menjual produk perawatan kulit yang salah satu produknya yaitu Darkspot Serum mengalami penurunan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk menetapkan alternative strategi pemasaran untuk produk *Darkspot Serum* pada CV. Laskin Beauty yang mengalami penurunan penjualan. Metode yang digunakan adalah SOAR (*Strength, Opportunities, Aspiration, Result*) yang digunakan untuk mengetahui di posisi manakah perusahaan saat ini dan juga menentukan alternatif strategi pemasarannya. Lalu metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) digunakan untuk menentukan skor tertinggi alternatif strategi dan juga menentukan strategi prioritasnya. Setelah dilakukan analisis, didapatkan kesimpulan alternative strategi dengan skor tertinggi pada nilai 2,38 yaitu menggunakan content creator/social media specialist untuk memberikan product knowledge kepada customer yang diunggah di media sosial penjualan dalam bentuk video maupun foto mengenai informasi detail produk (harga, kandungan, daya tahan, kegunaan, cara pemakaian) dan juga informasi mengenai promosi atau diskon pada event tertentu.

Kata Kunci: Kosmetik, Strategi Pemasaran, SOAR, QSPM

ABSTRACT

Currently, skincare can be said to be a primary need, especially for women. Many brands are starting to emerge with their various product innovations for the needs of the community, making companies have to improve their marketing strategies to be able to compete. CV. Laskin Beauty is a company that sells skin care products, one of which is Darkspot Serum, which experienced a decline in sales. This study aims to determine alternative marketing strategies for Darkspot Serum products at CV. Laskin Beauty is experiencing a decline in sales. The method used is SOAR (Strength, Opportunities, Aspiration, Result) which is used to find out where the company is currently and also determine alternative marketing strategies. Then the QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) method is used to determine the highest score for alternative strategies and also determine the priority strategy. After the analysis, it was concluded that the alternative strategy with the highest score at 2.38 was using a content creator/social media specialist to provide product knowledge to customers uploaded on social media sales in the form of videos or photos regarding product detail information (price, content, durability, usability, how to use) and also information about promotions or discounts on certain events.

Keyword: Cosmetics, Marketing Strategy, SOAR, QSPM