

**SKRIPSI**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK BAJU DENGAN  
MENGUNAKAN METODE SWOT DAN *QUANTITATIVE*  
*STRATEGIC PLANNING MATRIX* (QSPM) PADA PT.X**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Menyelesaikan  
Studi Strata Satu (S1) Gelar Sarjana Teknik Industri**



**Disusun Oleh :**

**Nama : Joko Akhiriyanto**

**NIM : 41609010016**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI**

**FAKULTAS TEKNIK**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2013**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Joko Akhiriyanto  
NIM : 41609010016  
Program Studi : Teknik Industri  
Fakultas : Teknik  
Judul : Analisis Strategi Pemasaran Produk Baju dengan Menggunakan Metode SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) pada PT. X

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Laporan Skripsi yang telah disusun merupakan hasil karya pribadi dan benar akan keasliannya. Apabila di kemudian hari ditemukan bukti bahwa hasil penulisan Laporan Skripsi ini merupakan hasil plagiat terhadap karya orang lain, maka Saya bersedia akan bertanggung-jawab dan menerima sanksi sesuai dengan tata tertib Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini Saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Penulis  
  
METERAI  
TEMPEL  
REPUBLIK INDONESIA  
20  
ZFB81ABF756856177  
6000  
DJP  
(Joko Akhiriyanto)

## LEMBAR PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa Laporan Skripsi dari Mahasiswa berikut ini :

Nama : Joko Akhriyanto  
NIM : 41609010016  
Progam Studi : Teknik Industri  
Fakultas : Teknik  
Judul : Analisis Strategi Pemasaran Produk Baju dengan Menggunakan Metode SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) pada PT. X

Telah diperiksa dan disetujui sebagai Laporan Skripsi.

Pembimbing,



UNIVERSITAS  
(Ir. Indra Almahdy M.Sc)  
MERCU BUANA

Mengetahui,

Koordinator Skripsi / Ketua Progam Studi Teknik Industri



(Ir. Mohammad Kholil, MT)

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur Penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, dengan rahmat dan hidayah-Nya telah memberikan kekuatan pikiran dan kesehatan kepada Penulis sehingga Penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Produk Baju dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM pada PT. X” ini tepat pada waktunya. Penyusunan laporan ini dibuat dalam rangka memenuhi syarat-syarat kelulusan Strata 1 di Universitas Mercu Buana Jakarta Barat – Indonesia.

Dalam penyusunan laporan ini, Penulis banyak mendapat pengarahan, bimbingan dan saran yang bermanfaat dari berbagai pihak. Maka dari itu, dalam kesempatan ini Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Dana Santoso M.Eng. Sc., Dr. Ir, selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Bapak Ir. Muhammad Kholil, MT selaku Ketua Program studi Teknik Industri Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Ir. Indra Almahdy M.Sc selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
4. Ibu Nurul selaku Pembimbing Skripsi PT.X.
5. Orang Tua dan Keluarga yang tak pernah lelah memberikan dukungan moril dan pengawasan kepada Penulis dalam setiap proses yang dijalani oleh Penulis
6. Wahyu, Mardianto dan Nunu, serta teman-teman Jurusan Teknik Industri Angkatan 2009 yang ikut serta bersama Penulis di dalam proses pelaksanaan tugas akhir dan ikut memberikan dukungan kepada Penulis.

Penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir ini dapat dikembangkan dengan lebih baik lagi, maka dengan segala kerendahan hati kepada semua pihak untuk memberikan saran demi adanya perbaikan untuk ke depannya. Akhirnya kepada Allah Penulis berserah diri, semoga apa yang telah dilakukan ini mendapat ridho-Nya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Jakarta, September 2013

Penulis



## DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv-v
KATA PENGANTAR.....	vi-vii
DAFTAR ISI.....	viii-ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR DIAGRAM.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Pembatasan Masalah .....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Metode Penelitian.....	4
1.7 Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>8</b>
2.1 Definisi Strategi Pemasaran .....	8
2.2 Konsep Dasar di Dalam Perencanaan Strategi Pemasaran.....	8
2.3 Faktor Pendukung Strategi Pemasaran.....	13
2.3.1 Analisis Lingkungan Pemasaran .....	13
2.3.2 Analisis Lingkungan Internal.....	13
2.3.3 Analisis Lingkungan Eksternal.....	14
2.4 Mekanisme Analisa Penentuan Strategi Pemasaran.....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	26
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	27

3.4 Metode Pengolahan dan Analisis Data.....	27
3.4.1 Tahap Masukkan ( <i>The Input Stage</i> ).....	27
3.4.2 Tahap Pemanduan ( <i>The Matching Stage</i> ).....	28
3.4.3 Tahap Pemilihan Strategi ( <i>The Decision Stage</i> ).....	28
3.5 Hasil dan Analisa.....	28
3.6 Kesimpulan dan Saran.....	29
<b>BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....</b>	<b>30</b>
4.1 Pengumpulan Data .....	30
4.1.1 Sejarah PT.X .....	30
4.1.2 Visi dan Misi PT. X.....	31
4.1.3 Struktur Perusahaan PT. X.....	31
4.1.4 Bauran Pemasaran .....	32
4.1.5 Identifikasi Faktor-Faktor Strategis Internal Dan Eksternal.....	34
4.1.6 Penghitungan Rating Faktor Internal dan Eksternal.....	38
4.1.7 Rumusan Strategi Pengembangan Usaha .....	40
<b>BAB V ANALISA HASIL.....</b>	<b>44</b>
5.1 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal .....	44
5.2 Analisis Matriks SWOT .....	45
5.3 Analisis Matriks Quantitative Strategic Planning (QSPM).....	47
5.4 Implikasi Manajerial.....	47
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>49</b>
6.1 Kesimpulan.....	49
6.2 Saran.....	51

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Bentuk matriks IFE (Internal Factor Evaluation).....	18
<b>Tabel 2.2</b> Bentuk matriks EFE (Eksternal Factor Evaluation) .....	20
<b>Tabel 2.3</b> Penilaian Bobot Faktor Strategis Eksternal Organisasi.....	21
<b>Tabel 2.4</b> Penilaian Bobot Faktor Strategis Internal Organisasi .....	21
<b>Tabel 2.5</b> Matriks SWOT .....	24
<b>Tabel 2.6</b> Matriks QSPM.....	25
<b>Tabel 4.1</b> Harga Jual Produk Baju Pada PT.X .....	33
<b>Tabel 4.2</b> Pembobotan Faktor Strategis Internal .....	35
<b>Tabel 4.3</b> Pembobotan Faktor Strategi Eksternal .....	36
<b>Tabel 4.4</b> Pembobotan Faktor Strategi Eksternal .....	36
<b>Tabel 4.5</b> Pembobotan Faktor Strategi Eksternal .....	36
<b>Tabel 4.6</b> Pembobotan Faktor Strategi Eksternal .....	37
<b>Tabel 4.7</b> Pembobotan Faktor Strategi Eksternal .....	38
<b>Tabel 4.8</b> Perhitungan <i>Rating</i> Faktor Internal .....	39
<b>Tabel 4.9</b> Perhitungan <i>Rating</i> Faktor Eksternal .....	40
<b>Tabel 4.10</b> Matriks IFE PT.X .....	41
<b>Tabel 4.11</b> Matriks EFE PT.X.....	42
<b>Tabel 5.1</b> Matriks SWOT PT. X.....	45
<b>Tabel 5.2</b> Peringkat strategi berdasarkan QSPM.....	47



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Matriks IE (David, 2004 .....	22
<b>Gambar 4.1</b> Struktur Perusahaan PT. X .....	31
<b>Gambar 5.1</b> Matriks IE PT. X .....	45



## DAFTAR DIAGRAM

<b>Diagram 3.1</b> Flow Chart Penyelesaian Penelitian.....	29
--	----

