

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BIDANG
PERCETAKAN TOKO ONLINE
KHANZA_REKLAME BOGOR**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici

Oleh:

MUHAMAD FAUZI ADRIANSYAH
NIM : 2411907956



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2023



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BIDANG
PERCETAKAN TOKO ONLINE
KHANZA_REKLAME BOGOR**

Oleh:

Nama : MUHAMAD FAUZI ADRIANSYAH
NIM : 2411907956
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 25 Agustus 2023

Dosen Pembimbing

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Maya Andini Kartikasari, SP., MM

Altatit Dianawati, S. Si., MM

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BIDANG
PERCETAKAN TOKO ONLINE
KHANZA_REKLAME BOGOR**

Oleh:

Nama : Muhamad Fauzi Adriansyah
NIM : 2411907956
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Jum'at
Tanggal : 25 Agustus 2023
Waktu : 15.40 – 17.00 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Ir. Muhammad Masyhuri. MBA (.....)

Anggota : Nurdin Rifa'i. S.E., M.Sc., M.AP (.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S. Si., MM

PERYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MUHAMAD FAUZI ADRIANSYAH
NIM : 2411907956
Jurusan : Manajemen
Nomor KTP : 3201311305990005
Alamat : Jln. Raya Ciapus, Desa Pasir Eurih Rt 02 Rw 011, Kecamatan
Tamansari. Kabupaten Bogor

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Strategi Pengembangan Usaha Percetakan Toko Online Khanza_Reklame Ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 25 Agustus 2023

MUHAMAD FAUZI ADRIANSYAH

ABSTRAK

MUHAMAD FAUZI ADRIANSYAH. NIM 2411907956. Analisis Strategi Bisnis Toko Percetakan Online Khanza_Reklame Bogor

Industri Percetakan merupakan salah satu sektor industri yang berpotensi memberikan kontribusi yang sangat besar bagi pembangunan ekonomi suatu daerah. Perkembangan industri Percetakan suatu daerah akan menarik berkembangnya sektor-sektor lain. Salah satu industri Percetakan adalah Toko Percetakan Online Khanza_Reklame bertempat di daerah Bogor. Dari banyaknya industri Percetakan di Kota Bogor membuat persaingan semakin tinggi sehingga berdampak kepada perkembangan Toko Percetakan Online Khanza_Reklame Bogor yang perlu strategi untuk membuat perusahaan tetap bertahan dan berkembang.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali dan mengetahui bisnis Toko Percetakan Online Khanza_Reklame Bogor berdasarkan Business Model Canvas, menganalisis alternatif strategi menggunakan analisis SWOT, merekomendasikan strategi bisnis Toko Percetakan Online Khanza_Reklame Bogor dimasa mendatang. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yang didapat dari interview, observasi, dan dokumentasi. Alat analisis yang digunakan adalah Business Model Canvas, Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, Matriks SWOT dan QSPM.

Hasil penelitian di peroleh dari skor terbobot matriks IFE dan matriks EFE. Berdasarkan hasil matriks IFE dengan skor 2,332 dan matriks EFE sebesar 3,603 diketahui bahwa posisi Toko Percetakan Online Khanza_Reklame Bogor pada matriks IE berada pada kuadran II yaitu tumbuh dan membangun (grow and build). Yang menunjukkan bahwa prioritas strategi yang dapat dilakukan salah satunya Mengoptimalkan Pengembangan Pasar

Kata Kunci: Strategi, strategi bisnis, Business Model Canvas, matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, matriks SWOT, matriks QSPM

ABSTRACT

MUHAMAD FAUZI ADRIANSYAH. NIM 2411907956. *Business Strategy Analysis Of Online Printing Shop Khanza_Reklame Bogor*

The printing industry is one of the industrial sectors that has the potential to make a very large contribution to the economic development of a region. The development of the printing industry in an area will attract the development of other sectors. One of the printing industries is the Khanza_Reklame Online Printing Shop located in the Bogor area. Of the many printing industries in the city of Bogor, the competition is getting higher so that it has an impact on the development of the Khanza_Reklame Bogor Online Printing Store, which needs a strategy to keep the company afloat and growing.

This study aims to explore and find out the business of the Khanza_Reklame Bogor Online Printing Store based on the Business Model Canvas, analyze alternative strategies using SWOT analysis, recommend business strategies for the Khanza_Reklame Bogor Online Printing Store in the future. The data sources used in this research are primary data and secondary data obtained from interviews, observation and documentation. The analytical tools used are the Business Model Canvas, IFE Matrix, EFE Matrix, IE Matrix, SWOT Matrix and QSPM.

The research results were obtained from the weighted scores of the IFE matrix and EFE matrix. Based on the results of the IFE matrix with a score of 2.332 and the EFE matrix of 3.603 it is known that the position of the Khanza_Reklame Bogor Online Printing Store in the IE matrix is in quadrant II, namely grow and build. Which shows that one of the strategic priorities that can be implemented is optimizing market development

Keywords: *Strategy, business strategy, Business Model Canvas, IFE matrix, EFE matrix, IE matrix, SWOT matrix, QSPM matrix*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan magang di Usaha Percetakan Khanza_reklame ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul Pengembangan Usaha Percetakan Online Di Toko Khanza_Reklame menggunakan Analisis S.W.O.T (Studi Khusus di Percetakan Online Bogor). Disusun guna untuk mengetahui persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis melihat fenomena masyarakat yang semakin gemar untuk melakukan pembelian produk di *market place* / secara online. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui kebutuhan percetakan seperti apa yang diinginkan masyarakat di masa yang akan datang.

Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan semangat dalam pengerjaan laporan magang ini serta tak lupa penyusun berterima kasih kepada seluruh pihak Usaha Percetakan Khanza_reklame yang telah memberikan peluang kesempatan dan memberikan ruang kepada penyusun untuk berkontribusi selama magang di Usaha Percetakan Khanza_reklame.

Laporan ini tidak akan selesai tanpa dukungan dan doa dari orang tua dan juga bimbingan dari berbagai pihak dan tidak lupa saya mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE., M.Sc.,M.AP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Ibu Altatit Dianawati, S.Si., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Jurusan ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.

3. Ibu Maya Andini Kartikasari, SP., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan mengarahkan terhadap penulisan proposal ini dengan penuh rasa sabar.
4. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Jurusan Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.
5. Para staf dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
6. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2019 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
7. Muhammad Fauzi Adriansyah selaku owner sekaligus pemilik usaha percetakan online Khanza_Reklame Bogor yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian. Dan juga untuk bayu, daffa selaku pembantu jalannya kegiatan usaha percetakan online Khanza_Reklame.
8. Kepada Ayahanda Rojali, Ibunda Acuh Mindarsari, Nenek Cacah, yang telah senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
9. Bayu Arya Dika dan Khanza selaku adik tercinta yang telah memberikan dukungan semangat untuk saya.
10. Serta Deni Sudarji selaku teman seperjuangan yang telah pupus sebelum menyelesaikan skripsi, semoga almarhum di terima disisi Nya. Aminn.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari pada pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terimakasih yang amat besar kepada semuanya yang telah mendukung penulis hingga sampai saat ini. Semoga kita semua selalu diberikan kesehatan, kesuksesan dan ilmu yang bermanfaat. Amiin.

Depok, 25 Agustus 2023
Penulis,

MUHAMAD FAUZI ADRIANSYAH
NIM: 2411907956

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR SIDANG	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi	5
1.3. Rumusan Masalah	5
1.4. Batasan masalah	5
1.5. Tujuan Penelitian.....	6
1.6. Manfaat Penelitian.....	6
1.7. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Strategi Pemasaran.....	8
2.1.2. Pengertian Pemasaran Strategi	9
2.1.3. Tujuan Pemasaran.....	10
2.1.4. Pengertian Strategi	11
2.1.5. Bisnis Model Canvas	14
2.1.6. Analisis SWOT	20
2.1.7. Matrik IFE DAN EFE	21
2.1.8. Matrik IE	23
2.1.9. Matrik QSPM.....	24
2.2. Kerangka Pemikiran Peneliti	25
2.3. Kerangka Penelitian Terdahulu	28
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1. Lokasi Waktu dan Penelitian.....	33
3.2. Informan Penelitian	33
3.3. Jenis Data.....	33
3.4. Instrumen Pengumpulan Data	34
3.5. Metode Analisis Data	37
3.5.1 Internal FactorsAnalysis Summary (IFAS) dan Eksternal Faktors Analysis Summary (EFAS)	37
3.5.2 Matriks IFE	38

3.5.3 Matriks EFE	39
3.5.4 IE Matriks Faktor Evaluasi	41
3.5.5 Matriks SWOT	42
3.6. Analisa Matrik QSPM	43
3.7. Analisis BMC	45
 BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1. Hasil Penelitian	48
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	48
4.1.2 Visi & Misi	48
4.2. Struktur Organisasi	49
4.3. Analisa Elemen BMC	49
4.4. Indentifikasi Internal dan Ekternal	52
4.4.1. Kekuatan.....	52
4.4.2. Kelemahan	53
4.4.3. Peluang	54
4.4.4. Ancaman	56
4.4.5. Matriks IFE	57
4.4.6. Matriks EFE	58
4.4.7 Matriks IE	59
4.4.8. Matriks SWOT	60
4.4.9. Matriks QSPM	63
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1. Simpulan	66
5.2. Saran	67
5.3. Alternatif Strategi	67
 DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Hasil Pendapatan 2020 – 2023	4
Tabel 2.1. Matriks Faktor Internal	23
Tabel 2.2. Matriks Faktor Eksternal	23
Tabel 2.3. Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan	33
Tabel 3.2. Matriks QSPM	44
Tabel 4.1. Matriks IFE Toko Percetakan Online Khanza_Reklame Bogor	57
Tabel 4.2. Matriks EFE Toko Percetakan Online Khanza_Reklame Bogor	58
Tabel 4.3. Rekapulasi Hasil QSPM	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Hasil Pendapatan 2020 – 2023	4
Gambar 2.1. BMC	14
Gambar 2.2. Analisis SWOT	22
Gambar 2.3. Matriks Perencanaan QSPM	25
Gambar 2.4. Kerangka Pemikiran	27
Gambar 3.1. Matriks SWOT	41
Gambar 3.2. Analisis BMC	46
Gambar 4.1. Struktur Organisasi	49
Gambar 4.2. BMC Toko Percetakan Online Khanza_Reklame Bogor	50
Gambar 4.3. Matriks IE	59
Gambar 4.4. Matriks SWOT	61
Gambar 4.5. Matriks QSPM Toko Percetakan Online Khanza_Reklame Bogor	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. 1. Kuisinoner Penelitian	64
Lampiran. 2. Penetapan Ranting	66
Lampiran. 3. Penetapan Bobot Internal dan Ekternal	68
Lampiran. 4. Kuisinoner EFA dan EFE	76
Lampiran. 5. Tahap pencocokan	78
Lampiran. 6. Hasil Pengisian QSPM	80
Lampiran. 7. Kartu Bimbingan	81
Lampiran. 8. Penyebaran Foto kuisinoner	82
Lampiran. 9. Dukumentasi Foto Toko	85
Lampiran. 10. Daftar Riwayat Hidup	86
Lampiran. 11. Surat Keterangan Penelitian	87