

**ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN
(STUDI KASUS CV ZHAZ INTERIOR DAN
ARSITEKTUR)**

***MARKETING STRATEGY MANAGEMENT ANALYSIS
(CASE STUDY OF CV ZHAZ INTERIOR AND
ARCHITECTURE)***

Oleh

FATIA RAHMAH

NIM 61201022009381

SKRIPSI



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK**

2026

**ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN
(STUDI KASUS CV ZHAZ INTERIOR DAN
ARSITEKTUR)**

***MARKETING STRATEGY MANAGEMENT ANALYSIS
(CASE STUDY OF CV ZHAZ INTERIOR AND
ARCHITECTURE)***

Oleh
FATIA RAHMAH
61201022009381

SKRIPSI

Telah disahkan dan disetujui pada:

Tempat : Depok

Tanggal : 6 Juli 2026

Dosen Pembimbing

Ketua Jurusan

Altatit Dianawati, S.Si., M.M.

NIDN/NUPTK: 8935756657230142

Drs. Henky Hendrawan, M.M., M.Si.

NIDN/NUPTK: 7048743644130093

Ketua,

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S.

NIDN/NUPTK: 2017065701

**ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN
(STUDI KASUS CV ZHAZ INTERIOR DAN
ARSITEKTUR)**

***MARKETING STRATEGY MANAGEMENT ANALYSIS
(CASE STUDY OF CV ZHAZ INTERIOR AND
ARCHITECTURE)***

Oleh
FATIA RAHMAH
61201022009381

SKRIPSI

Telah diujikan pada:

Tempat : Depok

Tanggal : 6 Juli 2026

Ketua Penguji

Anggota Penguji

Sandi Noorzaman, S.Si, MM

NIDN/NUPTK: 6459755656130103

Eko Wahyu Widayat, S.Si, SE, MM

NIDN/NUPTK: 3463756657130102

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, M.M., M.Si.

NIDN/NUPTK: 7048743644130093

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : FATIA RAHMAH

NIM : 61201022009381

Judul Skripsi : ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN (STUDI KASUS CV ZHAZ INTERIOR DAN ARSITEKTUR)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil penelitian dan penulisan dari skripsi saya adalah murni hasil pemikiran saya yang dikuatkan dengan adanya cek plagiasi sesuai dengan aturan yang berlaku di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
2. Hasil Penelitian dan penulisan dari skripsi saya ini, dengan ini dialihkan haknya kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk paten dan juga hal-hal yang berkaitan.
3. Penulisan hasil penelitian ini (skripsi) telah mengikuti kaidah-kaidah yang berlaku di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Apabila di kemudian hari, bahwa hasil penelitian ini dan penulisan skripsi ini mempunyai kesamaan atau terdapat unsur penjiplakan terhadap karya ilmiah orang lain, maka dengan ini saya siap menerima sanksi berupa:
 - a. Pencabutan gelar kesarjanaan saya yang telah saya terima.
 - b. Pencabutan ijazah saya sesuai dengan aturan atau undang-undang yang berlaku.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 6 Juli 2026

FATIA RAHMAH

SURAT PERNYATAAN PENGGUNAAN KECERDASAN AI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : FATIA RAHMAH

NIM : 61201022009381

Judul Skripsi : ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN (STUDI KASUS CV ZHAZ INTERIOR DAN ARSITEKTUR)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Dalam penulisan hasil karya ilmiah saya, saya dibantu dengan menggunakan Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence/AI*).
2. Aplikasi Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence/AI*) yang saya pergunakan adalah ChatGPT dan Gemini AI.
3. Dalam penulisan karya ilmiah ini, saya TIDAK menerapkan SALIN-TEMPEL (*copy paste*) hasil Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence/AI*) ke dalam tulisan saya.
4. Seluruh isi, analisis, argumen, data dan kesimpulan yang terdapat dalam karya ilmiah saya, merupakan hasil pemahaman, kajian, dan tanggung jawab penulis secara penuh. Tidak ada bagian dari penulisan ini yang dihasilkan sepenuhnya oleh Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence/AI*) tanpa pengawasan, pemrosesan, atau evaluasi ulang oleh penulis.
5. Apabila di kemudian hari, terdapat pelanggaran terhadap prinsip etika akademik, termasuk penggunaan Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence/AI*) secara tidak tepat yang merupakan bentuk ketidakjujuran ilmiah, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 6 Juli 2026

FATIA RAHMAH

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi penelitian ini tepat pada waktunya. Sholawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya dihari pembalasan nanti.

Walaupun demikian, penulis berusaha dengan semaksimal mungkin demi kesempurnaan penyusunan Skripsi penelitian ini. Saran dan kritik yang sifatnya membangun begitu diharapkan oleh penulis demi kesempurnaan dalam penulisan berikutnya.

Penyusunan Skripsi penelitian ini disusun guna memenuhi persyaratan sidang skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar - besarnya kepada:

1. Tuhan yang Maha Esa atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya.
2. Orangtua serta keluarga besar yang senantiasa memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan proposal penelitian ini dengan baik.
3. Bapak Mildy Rifa'i, SE selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
4. Bapak Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
5. Bapak Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici yang terus berusaha untuk memajukan Program studi ini.
6. Ibu Altatit Dianawati, S.Si.,M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar serta bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal kegiatan skripsi hingga selesai menyusun proposal penelitian ini.

7. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici khususnya Jurusan Manajemen yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis, yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis.
8. Rekan - rekan mahasiswa angkatan 2022 yang telah bersama-sama menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI dengan penuh suka cita.
9. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah senantiasa memberi dorongan terhadap penulis selama proses penelitian.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proposal penelitian ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Aamiin.

Bogor, 6 Juli 2026

Fatia Rahmah

Nama : Fatia Rahmah
Lengkap
NIM : 61201022009381
Judul Skripsi : Analisis manajemen strategi pemasaran (studi kasus cv zhaz interior dan arsitektur)

ABSTRAK

Penelitian Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fluktuasi jumlah proyek dan pendapatan CV Zhaz Interior dan Arsitektur pada periode 2023–2025 serta ketatnya persaingan industri desain interior di Bogor dan Jabodetabek. Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing perusahaan.

Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara terhadap lima informan yang dipilih secara *purposive sampling*. Analisis dilakukan menggunakan Business Model Canvas (BMC), IFE, EFE, IE, SWOT, dan QSPM.

Hasil penelitian menunjukkan skor IFE sebesar 2,722 dan EFE sebesar 2,697, dengan posisi perusahaan pada Kuadran V Matriks IE yang menunjukkan strategi *Hold and Maintain*. Berdasarkan QSPM, strategi prioritas adalah konsistensi konten digital berupa video serah terima dan testimoni pelanggan dengan nilai TAS 7,098, sebagai upaya memperkuat kepercayaan konsumen dan menarik segmen *middle-to-premium*.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, BMC, SWOT, QSPM, Desain Interior.

ABSTRACT

This This research was motivated by fluctuations in the number of projects and revenue of CV Zhaz Interior and Architecture during 2023–2025, along with intense competition in the interior design industry in Bogor and Jabodetabek. This study aims to formulate a marketing strategy to improve the company's competitiveness.

The research employed a descriptive qualitative method through observation,

documentation, and interviews with five informants selected using purposive sampling. Data were analyzed using the Business Model Canvas (BMC), IFE, EFE, IE, SWOT, and QSPM matrices.

The results showed an IFE score of 2.722 and an EFE score of 2.697, placing the company in Quadrant V of the IE Matrix, which indicates a Hold and Maintain strategy. Based on the QSPM analysis, the priority strategy is consistent digital content, particularly key handover and customer testimonial videos, with the highest Total Attractiveness Score (TAS) of 7.098, to strengthen consumer trust and attract the middle-to-premium market segment.

Keywords: Marketing Strategy, BMC, SWOT, QSPM, Interior Design.

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGUJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN PENGGUNAAN KECERDASAN AI	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
LEMBAR ABSTRAK.....	viii
Daftar isi.....	viii
Daftar tabel.....	xiii
Daftar gambar.....	xiv
Daftar lampiran	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Maksud Penelitian dan Tujuan Penelitian.....	6
1.5.1 Maksud Penelitian.....	6
1.5.2 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Manajemen Strategi	9
2.2 Desain Interior.....	10
2.3 Strategi Pemasaran	11
2.4 Business Model Canvas (BMC).....	12
2.5 Analisis SWOT	13
2.6 Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	14
2.7 Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE)	15
2.8 Matriks Internal Eksternal (IE Matrix)	16

2.9 Analisis <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM).....	17
2.10 Penelitian Terdahulu.....	17
2.10 Kerangka Konseptual	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	22
3.1 Desain dan Jenis Penelitian.....	22
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	22
3.3 Sumber Data	23
3.4 Informan Penelitian (Subjek Penelitian)	24
3.5 Teknik Pengumpulan Data	25
3.6 Teknik Analisis Data	26
3.6.1 Analisis Business Model Canvas (BMC).....	26
3.6.2 Analisis SWOT	27
3.6.3 Matriks IFE	29
3.6.4 Analisis Matriks EFE	30
3.6.5 Analisis <i>Internal–External Matrix</i> (IE).....	31
3.6.6 Analisis <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM)	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	35
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	35
4.1.4 Narasumber	36
4.2 Identifikasi Model Bisnis.....	38
4.3 Analisis Lingkungan Internal.....	43
4.3.1 Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)	43
4.3.2 Aspek Pemasaran.....	45
4.3.3 Aspek Produksi dan Operasional	46
4.3.4 Aspek Keuangan.....	47
4.3.5 Aspek Sistem Informasi.....	47
4.4 Analisis Lingkungan Eksternal	48
4.5 Identifikasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman	50
4.5.1 kekuatan dan kelemahan ZHAZ Interior & Arsitektur	50

4.5.2 Peluang dan Ancaman yang dihadapi ZHAZ Interior & Arsitektur.....	52
4.6 Analisis Matriks IFE dan EFE	54
4.6.1 Matriks IFE (Internal Factor Evaluation).....	54
4.6.2 Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>)	56
4.7 Tahap Pencocokan	58
4.7.1 Matriks Internal-External (IE)	58
4.7.2 Analisis Matriks SWOT.....	59
4.8 Tahap Keputusan.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Kesimpulan	70
Daftar pustaka	71

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pesaing Zhaz Interior Dan Arsitektur	2
Tabel 1.2 Jumlah Proyek Zhaz 2023–2025	3
Tabel 1.3 Perubahan Pendapatan Zhaz (Persentase).....	3
Tabel 2.1 Penelitia Terdahulu	18
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	23
Tabel 3.2 Matrik IFE.....	30
Tabel 3.3 Matrik EFE.....	31
Tabel 3.4 Matrik QSPM.....	34
Tabel 4.1 narasumber	38
Tabel 4.6 Matriks IFE ZHAZ Interior & Arsitektur	56
Tabel 4.7 Matriks EFE ZHAZ Interior & Arsitektur	57
Tabel 4.9 Analisis Hasil QSPM ZHAZ interior dan arsitektur.....	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Perkembangan Ukuran Pasar Desain Interior Global Tahun 2018– 2030.....	1
Gambar 2.1 Sembilan Blok Business Model Canvas.....	14
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	22
Gambar 3.1 Blok BMC	32
Gambar 3.2 Analisis SWOT	33
Gambar 3.2 Matrik IE	37
Gambar 4.1 BMC zhaz interior dan arsitektur.....	48
Gambar 4.7 Matriks IE zhaz interior dan arsitektur.....	63
Gambar 4.8 Matriks AWOT zhaz interior dan arsitektur	63

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Surat izin penelitian	73
Lampiran 2. Wawancara penelitian	74
Lampiran 3. Hasil rating	82
Lampiran 4. Hasil bobot.....	83
Lampiran 5. QSPM	84
Lampiran 6. Kartu bimbingan.....	85
Lampiran 7. Daftar riwayat hidup.....	86
Lampiran 7. Hasil plagiarisme.....	87