

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO BAJU
PUTRI COLLECTION DI JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

DEVI FITRIANI
NIM: 241.18.06874



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2022



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO BAJU
PUTRI COLLECTION DI JAKARTA SELATAN**

Oleh:

Nama : DEVI FITRIANI
NIM : 241.18.06874
Program Studi : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 8 Agustus 2022

Dosen Pembimbing

M. Aziz winardi N, ST., MM

Menyetujui,

Altatit Dianawati, S.Si., MM

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO BAJU
PUTRI COLLECTION DI JAKARTA SELATAN**

Oleh:

Nama : DEVI FITRIANI
NIM : 241.18.06874
Program Studi : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Senin
Tanggal : 8 Agustus 2022
Waktu : 10.40 – 12.00 Wib

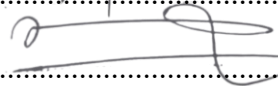
DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Penguji I : Rizal Bakti, SE, MM

(.....)

Penguji II : Mei Iswandi, SE, MM

(.....)

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



Altatit Dianawati, S.Si, MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : DEVI FITRIANI

NIM : 241.18.06874

Program Studi : Manajemen

Nomor KTP : 3174034109980002

Alamat : Jl. Tegal Parang Selatan I Rt/Rw 005/005 No. 21 Kel. Tegal
Parang Kec. Mampang Prapatan, 12790.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Pada Toko Baju Putri di Jakarta Selatan ini merupakan hasil karya tulis saya dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihinformatkan, 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, 8 Agustus 2022

DEVI FITRIANI

ABSTRAK

DEVI FITRIANI. NIM 241.18.06874. Analisis Strategi Pemasaran Pada Toko Baju Putri Collection di Jakarta Selatan.

Strategi pemasaran sangat penting bagi perusahaan untuk meningkatkan performance perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran Toko Baju Putri Collection. Metode penelitian yang digunakan Toko Baju Putri Collection berupa pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi.

Analisa strategi Toko Baju Putri Collection menggunakan pendekatan matriks SWOT, IFE, EFE, IE dan *Quantitative Strategic Planning Matrik* (QSPM). Berdasarkan analisis matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) diperoleh total skor 2,736. sedangkan, analisis matriks *Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS) sebesar 2,721. Hasil matriks Internal Eksternal (IE) berada pada sel V yaitu dimungkinkan Toko Baju Putri Collection melakukan strategi penetrasi dan pengembangan produk. Strategi Jaga dan Pertahankan didesain untuk menjaga stabilitas perusahaan, baik dalam penjualan, asset, profit, atau kombinasi ketiganya. Hal ini dapat dicapai dengan strategi penetrasi pasar dengan memperluas *market share* melalui peningkatan kegiatan pemasaran atau promosi, dan pengembangan produk dengan cara meningkatkan kualitas produk, inovasi produk kemasan ekonomis agar dapat dijangkau konsumen, dan inovasi pengembangan produk baru.

Matriks SWOT menghasilkan 10 alternatif strategi yang dipilih oleh Toko Baju Putri Collection. Berdasarkan *Quantitative Strategic Planning Matrik* (QSPM) alternative strategi yang paling diusulkan dan diprioritaskan adalah meningkatkan kualitas produk. Strategi tersebut mendapatkan skor TAS (*Total Atractiveness Score*) sebesar 7,337.

Kata Kunci : Matrik IE, Matrik IFAS, Matrik EFAS, QSPM, Matriks SWOT, Strategi Pemasaran.

ABSTRACT

DEVI FITRIANI. NIM 241.18.06874. Analysis of Marketing Strategy at the Putri Collection Clothing Store in South Jakarta.

Marketing strategy is very important for companies to improve company performance. This study aims to identify and analyze the marketing strategy of the Putri Collection Store. The research method used is Putri's Clothing Store Collection in the form of data collection using observation, interviews, questionnaires and documentation.

The analysis of the Putri's Clothing Store strategy uses a SWOT, IFE, EFE, IE and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) matrix approach. Based on the analysis of the Internal Factor Analysis Summary (IFAS) matrix, a total score of 2,736 was obtained. Meanwhile, the analysis of the External Factor Analysis Summary (EFAS) matrix is 2,721. The results of the Internal External (IE) matrix are in cell V, which means that it is possible for Toko Baju Putri Collection to carry out a penetration strategy and product development. The Keep and Maintain Strategy is designed to maintain the stability of the company, whether in sales, assets, profits, or a combination of the three. This can be achieved by a market penetration strategy by expanding market share through increased marketing or promotional activities, and product development by improving product quality, innovating economical packaging products to reach consumers, and developing new product innovations.

The SWOT matrix generates 10 alternative strategies selected by Toko Baju Putri Collection. Based on the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM), the most proposed and prioritized alternative strategy is to improve product quality. This strategy got a TAS (Total Attractiveness Score) score of 7,337.

Keywords: IE Matrix, IFAS Matrix, EFAS Matrix, QSPM, SWOT Matrix, Marketing Strategy.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karenaberkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi 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 Analisis Strategi Pemasaran Pada Toko Baju Putri Collection di Jakarta Selatan ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini sangat sulit diwujudkan tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih setulustulusnya kepada:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE., MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Bapak Muhammad Aziz Winardi N, ST., MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi dengan nilai *cumlaude*.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.
6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.

7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2018 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
8. Ayahanda Sopian serta Ibunda Iyar Sumiarsih dan tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
9. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Aamiin.

Depok, 8 Agustus 2022
Penulis,

DEVI FITRIANI
NIM: 241.18.06874

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Rumusan Masalah	5
1.5. Tujuan Penelitian	5
1.6. Manfaat Penelitian	5
1.7. Sistematika Penulisan	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Strategi	8
2.1.2. Pemasaran	8
2.1.3. Strategi Pemasaran	10
2.1.4. Konsep Pemasaran	13
2.1.5. Proses Pemasaran	14
2.1.6. <i>Marketing Mix</i>	15
2.1.7. Analisis SWOT	17

2.1.8. Unsur-Unsur SWOT	18
2.2. Penelitian Terdahulu	18
2.3. Kerangka Konseptual	21
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Lokasi Penelitian	22
3.2. Waktu Penelitian	22
3.3. Jenis Penelitian	23
3.4. Populasi dan Sampel	23
3.5. Sumber Data	24
3.6. Metode Pengumpulan Data	25
3.7. Analisis Data	27
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	38
4.1.1. Sejarah Toko Baju Putri Collection	38
4.1.2. Struktur Organisasi	39
4.1.3. Visi, Misi dan Tujuan Toko Baju Putri Collection	42
4.1.4. Kegiatan Operasional dan Budaya Perusahaan	42
4.1.5. Kegiatan Produksi Toko Baju Putri Collection	43
4.2. Penyajian Data	44
4.2.1. Analisis SWOT	44
4.2.2. Analisis Lingkungan Internal (IFE)	45
4.2.3. Analisis Lingkungan Eksternal (EFE)	47
4.2.4. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal (IE)	48
4.2.5. Analisis Matriks SWOT	49
4.2.6. Analisis Matriks QSPM	52
4.3. Pembahasan	54
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	56
5.2. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	62

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Unsur Pokok Dalam Strategi Pemasaran	12
Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian	22
Tabel 3.2. IFAS (Internal Factor Analysis Summary)	29
Tabel 3.3. EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)	31
Tabel 3.4. Matriks IE (Internal Eksternal)	33
Tabel 3.5. Matriks SWOT	35
Tabel 3.6. Matriks QSPM	37
Tabel 4.1. Faktor Internal dan Eksternal	45
Tabel 4.2. Hasil Matriks IFE	46
Tabel 4.3. Hasil Matriks EFE	47
Tabel 4.4. Hasil Matriks IE	49
Tabel 4.5. Hasil Matriks SWOT	50
Tabel 4.6. Hasil Matriks QSPM	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Volume Penjualan	3
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	21
Gambar 4.1. Struktur Organisasi	39
Gambar 4.2. Alur Produksi	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	62
Lampiran 2. Bobot	71
Lampiran 3. Perhitungan Bobot Internal dan Eksternal	74
Lampiran 4. Perhitungan Rating Internal dan Eksternal	75
Lampiran 5. Perhitungan Matriks QSPM	76
Lampiran 6. Pernyataan Kuesioner Penelitan	77
Lampiran 7. Wawancara	79
Lampiran 8. Kartu Bimbingan	85
Lampiran 9. Daftar Riwayat hidup	86
Lampiran 10. Dokumentasi	87