

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN "DOOR TO DOOR" DALAM
MENINGKATKAN CALON PEMBELI BUKU PELAJARAN
TINGKAT TK (STUDI KASUS PENERBIT ESBKATE
CAHAYA GEMILANG)**

***ANALYSIS OF "DOOR TO DOOR" MARKETING STRATEGY IN
INCREASING PROSPECTIVE BUYERS OF KINDERGARTEN
LEVEL TEXTBOOKS (CASE STUDY OF ESBKATE CAHAYA
GEMILANG PUBLISHERS)***

Oleh

**MUHAMAD IKHWAN APRIYANA
61201022009419**

SKRIPSI



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2026**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN "DOOR TO DOOR" DALAM
MENINGKATKAN CALON PEMBELI BUKU PELAJARAN
TINGKAT TK (STUDI KASUS PENERBIT ESBEKATE
CAHAYA GEMILANG)**

***ANALYSIS OF "DOOR TO DOOR" MARKETING STRATEGY IN
INCREASING PROSPECTIVE BUYERS OF KINDERGARTEN
LEVEL TEXTBOOKS (CASE STUDY OF ESBEKATE CAHAYA
GEMILANG PUBLISHERS)***

Oleh

**MUHAMAD IKHWAN APRIYANA
61201022009419**

SKRIPSI

Telah disahkan dan disetujui pada:
Tempat : Depok
Tanggal : 06 Juli 2026

Dosen Pembimbing

Ketua Jurusan Manajemen



Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si
NIDN: 0416076506

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si
NIDN: 0416076506

Mengetahui,
Ketua
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, MS
NIND: 2017065701

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN "DOOR TO DOOR" DALAM
MENINGKATKAN CALON PEMBELI BUKU PELAJARAN
TINGKAT TK (STUDI KASUS PENERBIT ESBEKATE
CAHAYA GEMILANG)**

***ANALYSIS OF "DOOR TO DOOR" MARKETING STRATEGY IN
INCREASING PROSPECTIVE BUYERS OF KINDERGARTEN
LEVEL TEXTBOOKS (CASE STUDY OF ESBEKATE CAHAYA
GEMILANG PUBLISHERS)***

Oleh

MUHAMAD IKHWAN APRIYANA

61201022009419

SKRIPSI

Telah diujikan pada:

Tempat : Depok

Tanggal : 06 Juli 2026

Ketua Penguji



Jhonson Sitanggang, SP, MM

NIDN: 0408077703

Anggota Penguji



Gena Prasetya Noor SH, MM

NIDN: 0414128805

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si

NIDN: 0416076506

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : MUHAMAD IKHWAN APRIYANA

N I M : 61201022009419

Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN "DOOR TO DOOR" DALAM MENINGKATKAN CALON PEMBELI BUKU PELAJARAN TINGKAT TK (STUDI KASUS PENERBIT ESBKATE CAHAYA GEMILANG)

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 hak nya 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 dikemudian 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, 06 Juli 2026

MUHAMAD IKHWAN APRIYANA

SURAT PERNYATAAN PENGGUNAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : MUHAMAD IKHWAN APRIYANA

N I M : 61201022009419

Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN "DOOR TO DOOR"
DALAM MENINGKATKAN CALON PEMBELI BUKU
PELAJARAN TINGKAT TK (STUDI KASUS PENERBIT
ESBEKATE CAHAYA GEMILANG)

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 gunakan adalah: ChatGPT, Claude AI, dan Gemini AI.
3. Dalam penulisan karya ilmiah ini, saya TIDAK menerapkan SALIN-TEMPEL (copy paste) hasil Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence / AI) kedalam tulisan saya.
4. Seluruh isi, analisa, 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 dikemudian 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, 06 Juli 2026

MUHAMAD IKHWAN APRIYANA

Nama : Muhamad Ikhwan Apriyana
Nim : 61201022009419
Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN "DOOR TO DOOR"
DALAM MENINGKATKAN CALON PEMBELI BUKU
PELAJARAN TINGKAT TK (STUDI KASUS PENERBIT
ESBEKATE CAHAYA GEMILANG)

ABSTRAK

Penerbit Esbekate Cahaya Gemilang merupakan perusahaan swasta berbadan hukum CV yang menyediakan buku pelajaran tingkat TK, SD, SMP, dan SMA. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pemasaran door to door dan merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan calon pembeli buku pelajaran TK di Kecamatan Ciomas, Kabupaten Bogor. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis dilakukan menggunakan Matriks IFAS, EFAS, IE, SWOT, dan QSPM. Hasil penelitian menunjukkan skor IFAS sebesar 2,64 dan EFAS sebesar 2,48, sehingga perusahaan berada pada Sel V Matriks IE dengan strategi Hold and Maintain. Strategi prioritas berdasarkan QSPM adalah strategi WO dengan nilai STAS 5,830, yaitu memanfaatkan teknologi pemasaran dan memperluas jaringan business partner.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Door to Door, SWOT, QSPM, Buku Pelajaran.

ABSTRACT

Esbekate Cahaya Gemilang Publisher is a private company providing textbooks for kindergarten, elementary, junior high, and senior high school levels. This study aims to analyze the door-to-door marketing strategy and formulate appropriate strategies to increase prospective buyers of kindergarten textbooks in Ciomas District, Bogor Regency. This research uses a descriptive qualitative approach through interviews, observations, and documentation. Data were analyzed using the IFAS, EFAS, Internal-External (IE), SWOT, and QSPM matrices. The results show an IFAS score of 2.64 and an EFAS score of 2.48, placing the company in Cell V of the IE Matrix with a Hold and Maintain strategy. Based on QSPM, the priority strategy is the WO strategy, with the highest STAS score of 5.830, namely utilizing marketing technology and expanding the business partner network.

Keywords: Marketing Strategy, Door to Door, SWOT, QSPM, Textbooks.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang merupakan suri tauladan bagi seluruh umat manusia.

Skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran “Door to Door” Dalam Meningkatkan Calon Pembeli Buku Pelajaran Tingkat TK (Studi Kasus Penerbit Esbekate Cahaya Gemilang)” disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis tertarik untuk mengkaji strategi pemasaran door to door dalam meningkatkan penjualan buku pelajaran tingkat TK. Selain relevan dengan bidang manajemen bisnis, judul ini juga sesuai dengan kondisi di lapangan sehingga diharapkan dapat memberikan manfaat praktis dan akademis.

Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang sudah membantu yaitu kepada:

1. Bapak Mildy Rifai, SE selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Drs. Henky Hendrawan, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Bapak Drs. Henky Hendrawan, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukan beliau, memberikan kritik, saran dan pengarahan kepada Penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Staf dan Bapak, Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici Bogor yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu khususnya Program Studi Manajemen yang telah memberikan Ilmu yang tak ternilai harganya, masukan, pemikiran dan tenaga selama proses pembelajaran yang dapat menambah wawasan bagi penulis.
6. Bapak Firmansyah selaku pemilik Penerbit Esbekate Cahaya Gemilang yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan memberikan dukungan yang baik.

7. Ayahanda Rachman Taufik serta Ibunda Tati Sumarni tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
8. Kepada Kakak saya Mohamad Surya Primatama serta Adik saya Kayla Nadhira Azzahra yang selalu memberikan semangat sehingga penulis selalu termotivasi untuk menyelesaikan perkuliahan ini.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak bisa disebutkan satu - persatu terimakasih atas do'a serta dukungan yang sangat berharga bagi penulis.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk penyempurnaan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis serta pembaca yang hendak mengembangkan pengetahuan di bidang yang sama.

Depok, 06 Juli 2026

Penulis
MUHAMAD IKHWAN APRIYANA

DAFTAR ISI

	Halaman
Lembar Judul	i
Lembar Pengesahan Skripsi	ii
Lembar Pengujian Skripsi	iii
Lembar Pernyataan	iv
Lembar Abstrak	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Rumusan Masalah	6
1.5. Tujuan Penelitian	7
1.6. Manfaat Penelitian	7
1.7. Sistematika Penulisan	8

BAB II. KAJIAN PUSTAKA

2.1. Pemasaran	9
2.1.2. STP	10
2.2. Strategi Pemasaran	12
2.2.1. Pemasaran <i>Door to Door</i>	14

2.3. Analisis SWOT	15
2.3.1. Faktor Internal dan Eksternal	16
2.3.2. Matriks IFAS	17
2.3.3. Matriks EFAS	18
2.3.4. Matriks SWOT	18
2.4. Penelitian Terdahulu	20
2.5. Kerangka Konseptual	25

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Desain dan Jenis Penelitian	27
3.2. Objek, Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian	28
3.4. Informan Penelitian	29
3.5. Teknik Pengumpulan Data	30
3.6. Teknik Analisis Data	31
3.6.1. Matriks IFAS	32
3.6.2. Matriks EFAS	33
3.6.3. Matriks IE	35
3.6.4. Matriks SWOT	36
3.6.5. Matriks QSPM.....	37

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan	39
4.1.1. Profil Perusahaan	39
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	40
4.1.3. Bidang Usaha Perusahaan	41
4.1.4. Struktur Organisasi Perusahaan	42
4.1.5. Produk yang Dipasarkan Perusahaan	42
4.1.6. Pelaksanaan Strategi Pemasaran (D2D)	43

4.2. Hasil Penelitian	44
4.3. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal.....	45
4.3.1. Strengths (Kekuatan)	46
4.3.2. Weaknesses (Kelemahan)	48
4.3.3. Opportunities (Peluang)	50
4.3.4. Threats (Ancaman)	52
4.4. Analisis Matriks IFAS dan EFAS.....	54
4.4.1. Analisis Matriks IFAS.....	54
4.4.2. Analisis Matriks EFAS.....	55
4.5. Analisis Matriks Internal dan Eksternal	57
4.6. Analisis Matriks SWOT.....	58
4.6.1. Strategi SO	59
4.6.2. Strategi WO.....	60
4.6.3. Strategi ST	60
4.6.4. Strategi WT	60
4.7. Analisis Matriks QSPM.....	60
4.8. Pembahasan.....	62
4.8.1. Kekuatan Strategi Pemasaran (D2D).....	62
4.8.2. Kelemahan Strategi Pemasaran (D2D).....	62
4.8.3. Peluang Strategi Pemasaran (D2D).....	62
4.8.4. Ancaman Strategi Pemasaran (D2D)	63
4.8.5. Rekomendasi Strategi Hasil Analisis	63

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	64
5.2. Saran	65

DAFTAR PUSTAKA	67
----------------------	----

LAMPIRAN	72
----------------	----

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Kelebihan dan Kekurangan Door to Door	2
Tabel 2.3.2 Matriks IFAS (Internal Factors Analysis Summary	17
Tabel 2.3.3 Matriks EFAS (Internal Factors Analysis Summary	18
Tabel 2.3.2 Matriks SWOT	19
Tabel 2.4. Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.2. Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	28
Tabel 3.6.1 Matriks IFAS	33
Tabel 3.6.2 Matriks EFAS	35
Tabel 3.6.3 Matriks IE (Internal dan Eksternal).....	36
Tabel 3.6.5 Matriks QSPM	38
Tabel 4.1.5 Varian Produk Perusahaan	43
Tabel 4.3.3 Jumlah Sekolah Kecamatan Ciomas	50
Tabel 4.4.1 Analisis Matriks IFAS	54
Tabel 4.4.2 Analisis Matriks EFAS	55
Tabel 4.5. Analisis Matriks IE	57
Tabel 4.6. Analisis Matriks SWOT	58
Tabel 4.7. Hasil Matriks QSPM	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.5. Bagan Kerangka Konseptual	26
Gambar 4.1.3. Produk Buku Perusahaan	41
Gambar 4.1.3. Produk Meubelair Perusahaan	42
Gambar 4.1.4. Struktur Organisasi Perusahaan	42
Gambar 4.1.6. Pelaksanaan Strategi Pemasaran Door to Door	44
Gambar 4.6 Matriks SWOT	58

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian	72
Lampiran 2. Wawancara Penelitian	73
Lampiran 3. Transkrip Hasil Wawancara	76
Lampiran 4. Dokumentasi Penelitian	87
Lampiran 5. Produk dan Harga Buku Pelajaran TK	89
Lampiran 6. Laporan Penjualan	89
Lampiran 7. Cek Plagiarisme	90
Lampiran 8. Kartu Bimbingan Skripsi	91
Lampiran 9. Daftar Riwayat Hidup	92