

**PERAN STRATEGI KONTEN DIGITAL MELALUI MEDIA
SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN
KOMPETITIF PADA *SENT PRINTING*
KOTA BOGOR**

***THE ROLE OF DIGITAL CONTENT STRATEGY ON SOCIAL
MEDIA IN BOOSTING COMPETITIVE ADVANTAGE
AT SENT PRINTING BOGOR***

Oleh

**DICKY FIRNANDA
2411907863**

SKRIPSI



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2025**

**PERAN STRATEGI KONTEN DIGITAL MELALUI MEDIA
SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN
KOMPETITIF PADA *SENT PRINTING*
KOTA BOGOR**

***THE ROLE OF DIGITAL CONTENT STRATEGY ON SOCIAL
MEDIA IN BOOSTING COMPETITIVE ADVANTAGE
AT SENT PRINTING BOGOR***

Oleh

**DICKY FIRNANDA
2411907863**

SKRIPSI

Telah disahkan dan disetujui pada:

Tempat : Depok

Tanggal : 18 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Ketua Jurusan

Eko Wahyu Widayat, SSi., SE., MM.
NIDN/NUPTK: 0131017804

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si
NIDN/NUPTK: 7048743644130093

Mengetahui,

**Ketua
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI**

Prof. Dr. Abdul Hamid, MS
NIDN/NUPTK: 2017065701

**PERAN STRATEGI KONTEN DIGITAL MELALUI MEDIA
SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN
KOMPETITIF PADA *SENT PRINTING*
KOTA BOGOR**

***THE ROLE OF DIGITAL CONTENT STRATEGY ON SOCIAL
MEDIA IN BOOSTING COMPETITIVE ADVANTAGE
AT SENT PRINTING BOGOR***

Oleh

**DICKY FIRNANDA
2411907863**

SKRIPSI

Telah diujikan pada:
Tempat : Depok
Tanggal : 18 Juli 2025

Ketua Penguji

Anggota Penguji

Sandi Noorzaman, S.Si, MM
NIDN/NUPTK: 0027117708

Maya Andini Kartikasari, SP, MM
NIDN/NUPTK: 0422068302

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si
NIDN/NUPTK: 7048743644130093

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Dicky Firnanda

N I M : 2411907863

Judul Skripsi : Peran Strategi Konten Digital Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Pada *Sent Printing* Kota Bogor

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 ijasah saya sesuai dengan aturan atau undang-undang yang berlaku.

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

Depok, 18 Juli 2025

Dicky Firnanda

Nama Lengkap : Dicky Firnanda
NIM : 2411907863
Judul Skripsi : Peran Strategi Konten Digital Melalui Media Sosial Dalam
Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Pada *Sent Printing*
Kota Bogor

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis peran strategi konten digital melalui media sosial dalam meningkatkan keunggulan kompetitif pada Sent Printing di Kota Bogor. Industri percetakan dihadapkan pada persaingan tinggi dan dinamika digital yang cepat, menuntut pelaku usaha untuk mengadaptasi strategi pemasaran mereka. Pendekatan penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan studi kasus pada Sent Printing. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik dan analisis dokumen internal perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sent Printing memiliki Total Skor IFE 2,38, mengindikasikan kekuatan internal yang moderat namun solid. Respons terhadap lingkungan eksternal tergolong sangat baik dengan Total Skor EFE 3,10. Kombinasi skor ini menempatkan Sent Printing pada Kuadran II (Grow & Build) dalam Matriks IE, menegaskan potensi tinggi untuk pertumbuhan agresif. Berdasarkan evaluasi QSPM, strategi prioritas utama adalah Pengembangan Produk/Jasa (Total Attractiveness Score: 6,66), diikuti oleh Penetrasi Pasar (TAS: 6,03), dan Investasi pada Pelatihan dan Pengembangan SDM (TAS: 5,66).

Kata Kunci: Strategi Konten Digital; Media Sosial; Keunggulan Kompetitif; IFE; EFE; QSPM.

ABSTRACT

This research analyzes the role of digital content strategy through social media in enhancing competitive advantage at Sent Printing in Bogor City. The printing industry faces high competition and rapid digital dynamics, requiring businesses to adapt their marketing strategies. This research employs a descriptive quantitative approach with a case study on Sent Printing. The research findings indicate that Sent Printing has a Total IFE Score of 2.38, signifying moderate but solid internal strengths. The response to the external environment is very good, with a Total EFE Score of 3.10. This combination of scores places Sent Printing in Quadrant II (Grow & Build) of the IE Matrix, affirming a high potential for aggressive growth. Based on the QSPM evaluation, the top priority strategy is Product/Service Development (Total Attractiveness Score: 6.66), followed by Market Penetration (TAS: 6.03), and Investment in Human Resource Training and Development (TAS: 5.66).

Keywords: Digital Content Strategy, Social Media, Competitive Advantage, IFE, EFE, QSPM.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian 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 Peran Strategi Konten Digital Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif pada *Sent Printing* Kota Bogor ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Pada kesempatan ini, Penulis mengucapkan terimakasih yang tulus kepada semua pihak yang telah banyak memberi semangat, motivasi, arahan, bimbingan dan bantuan dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, terutama kepada:

1. Bapak Mildy Rifa'i, S.E selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Bapak Drs. Henky Hendrawan, M.M., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Eko Wahyu Widayat, S.Si., S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi dengan baik.
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 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 sepuh hati.
7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2021 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
8. Bapak Yoseph selaku Owner di *Sent Printing* yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
9. Ibunda Masraya tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik

10. 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 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. Amiin.

Depok, 18 Juli 2025
Penulis,

DICKY FIRNANDA
2411907863

DAFTAR ISI

	Halaman
Lembar Judul Skripsi	i
Lembar Pengesahan Skripsi	ii
Lembar Pengujian Skripsi	iii
Lembar Pernyataan	iv
Lembar Abstrak.....	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Ruang lingkup atau Batasan masalah	4
1.4 Rumusan Masalah	4
1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.5.1 Maksud Penelitian.....	4
1.5.2 Tujuan Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Strategi Konten Digital	7
2.1.2 Media Sosial.....	11
2.1.3 Keunggulan Kompetitif.....	15
2.1.4 Analisis SWOT	18
2.1.5 Analisis IFE EFE.....	19
2.1.6 Analisis IE	19
2.1.7 Analisis QSPM.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.5 Kerangka Pemikiran.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Desain dan Jenis Penelitian	25
3.2 Objek, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	25
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian	26
3.4 Narasumber dan Responden Penelitian	27

3.5	Metode Pengumpulan Data	27
3.6	Metode Pengolahan / Analisis Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	33
4.1.1	Profil Perusahaan	33
4.1.2	Lokasi dan Letak Geografis Perusahaan	33
4.1.3	Visi dan Misi <i>Sent Printing</i>	34
4.1.4	Struktur Organisasi.....	34
4.2	Analisis Lingkungan Internal	36
4.2.1	Sumber Daya Manusia	36
4.2.2	Pemasaran	37
4.2.3	Keuangan.....	38
4.3	Analisis Lingkungan Eksternal	40
4.3.1	Ekonomi	40
4.3.2	Politik, Hukum dan Pemerintah	40
4.3.3	Sosial, Budaya, Demografi dan Lingkungan	41
4.3.4	Analisis Lingkungan Industri.....	42
4.3.5	Aspek Teknologi	46
4.4	Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal.....	47
4.5	Hasil Analisis IFE dan EFE	51
4.6	Hasil Analisis IE	54
4.7	Analisis Matriks SWOT.....	56
4.8	Hasil Analisis QSPM	59
4.9	Interpretasi Penelitian.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	70
5.2	Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA		75
LAMPIRAN		77

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian	26
Tabel 3.2 Matriks SWOT	29
Tabel 3.3 Analisis IFE dan EFE	30
Tabel 3.4 Analisis QSPM	31
Tabel 4.1 Database Karyawan	37
Tabel 4.2 Hasil Analisis IFE Pisang Abi	52
Tabel 4.3 Hasil Analisis EFE Pisang Abi	53
Tabel 4.4 Hasil Analisis QSPM	61
Tabel 4.5 Peringkat Prioritas Strategi Alternatif Sent Printing	62

DAFTAR BAGAN / GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 3.1 Matriks IE	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi <i>Sent Printing</i>	35
Gambar 4.2 Daftar Harga Produk <i>Sent Printing</i>	39
Gambar 4.3 Hasil Analisis Matriks IE	54
Gambar 4.4 Hasil Analisis Matriks SWOT	57

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Wawancara	77
Lampiran 2. Kuesioner Identifikasi Faktor Internal Dan Eksternal.....	81
Lampiran 3. Kuesioner Penetapan Rating	86
Lampiran 4. Kuesioner Penentuan Nilai Bobot	89
Lampiran 5. Penentuan Strategi	96
Lampiran 6. Surat Izin Penelitian	95
Lampiran 7. Surat Balasan Izin Penelitian	96
Lampiran 8. Dokumentasi Sent Printing.....	97
Lampiran 9. Dokumentasi Responden	97
Lampiran 10. Hasil Cek Plagiarisme	97
Lampiran 11. Kartu Bimbingan Skripsi	98
Lampiran 12. Riwayat Hidup Peneliti.....	99