

**ANALISIS PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK
MOZZALOV.S.ID**

SKRIPSI

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

Oleh:

SAKINA NUR SALSABILA
NIM: 2412008122



**PRPGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2024**



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK MOZZALOV.S.ID**

Oleh:

Nama : SAKINA NUR SALSABILA
NIM : 2412008122
Program Studi : MANAJEMEN

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 10 Agustus 2024

Dosen Pembimbing

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Yose Cahyo Benardi W, SE, MSi

Henky Hendrawan, S.Pd, MM, MSi.

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr, Abdul Hamid, MS



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK MOZZALOV.S.ID**

Oleh:

Nama : SAKINA NUR SALSABILA
NIM : 2412008122
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Sabtu
Tanggal : 10 Agustus 2024
Waktu :

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Anggota I : Dr.(Cand) Eko Yulawan, SE., M. Si


(.....)

Anggota II : Ricky Rizkie, SE., MM


(.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Henky Hendrawan, S.Pd, MM, MSi

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SAKINA NUR SALSABILA
NIM : 2412008122
Program Studi : Manajemen
Nomor KTP : 3275025508010006
Alamat : Jl. Raya Kp Setu RT 014 / RW 002 No.26
Bintara Jaya, Bekasi Barat

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Analisis Pengembangan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Mozzalovs.id.
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non- Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalih informatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan sebagai penulis.
3. 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 dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 10 Agustus 2024



SAKINA NUR SALSABILA

ABSTRAK

SAKINA NUR SALSABILA. NIM 2412008122. Analisis Pengembangan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Mozzalovs.id.

Penelitian ini dilakukan di Mozzalovs.id. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui metode dan menganalisis analisis SWOT yaitu, Kekuatan (Strenght), Kelemahan (Weakness), Peluang (Opportunities), Ancaman (Threats). Sebagai strategi bisnis guna meningkatkan daya saing Mozzalovs.id. Penelitian ini menggunakan metode jenis penelitian deskriptif dengan metode kombinasi. Metode analisis data yang dilakukan yaitu Analisis SWOT dengan tiga tahapan: tahapan masukan, tahapan analisis dan tahapan analisis keputusan. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, tehnik pengumpulan data dengan menggunakan metode narasi data seperti wawancara, observasi, dokumentasi dan kuesioner untuk menentukan bobot. Dari hasil penelitian ini menunjukkan matriks IFE dan matriks EFE maka dapat disusun selanjutnya dalam matriks IE. Nilai total IFE sebesar 3,46 dan nilai total EFE sebesar 3.00. Nilai total IFE dan EFE diperoleh dari jumlah dari skor pada masing-masing faktor, dimana skor tersebut didapatkan dari perkalian antara rata-rata rating dan rata-rata bobot pada masing-masing faktor. Nilai tersebut menunjukkan posisi kuadran I yaitu menunjukkan strategi yang diperlukan untuk perusahaan saat ini adalah *grow and build* strategi (*Grow and build*) strategi menunjukkan bahwa perusahaan membutuhkan strategi untuk tumbuh lebih baik dan dapat mengembangkan perusahaan menjadi lebih baik. Adapun matriks QSPM strategi yang sesuai dan baik untuk diterapkan oleh Mozzalovs.id agar dapat memperoleh keunggulan kompetitif dalam menghadapi persaingan adalah alternative strategi pengembangan produk.

Kata Kunci: Analisis SWOT

ABSTACT

SAKINA NUR SALSABILA. NIM 2412008122. Analisis Pengembangan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Mozzalovs.id

This research was conducted at Mozzalovs.id. This research aims to determine the method and analyze SWOT analysis, namely, Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats. As a business strategy to increase the competitiveness of Mozzalovs.id This research uses a descriptive research type method with a combination method. The data analysis method used is SWOT analysis with three stages: input stage, analysis stage and decision analysis stage. Using a qualitative approach, data collection techniques use data narrative methods such as interviews, observation, documentation and questionnaires to determine weight. The results of this research show that the IFE matrix and EFE matrix can be further arranged in the IE matrix. The total IFE value is 3.46 and the total EFE value is 3.00. The total IFE and EFE scores are obtained from the sum of the scores on each factor, where the score is obtained from multiplying the average rating and the average weight on each factor. This value shows the position of quadrant I, which shows the strategy needed for the company at this time is the grow and build strategy (Grow and build). The strategy shows that the company needs a strategy to grow better and be able to develop the company to be better. The QSPM matrix strategy that is appropriate and good for Mozzalovs.id to implement in order to gain a competitive advantage in facing competition is an alternative product development strategy.

Keywords: *SWOT Analipsis.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penelitian panjatkan karena bekat rahmat, taufik hidayat serta inayah-Nya, Penelitian dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya.

Penelitian dengan judul Analisis Pengembangan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Mozzalovs.id ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penelitian melihat perusahaan masih memiliki pendapatan yang tidak konsisten. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui strategi apa yang dapat di implementasikan perusahaan agar memperoleh keunggulan kompetif dalam menghadapi persaingan.

Dalam proses penelitiannya, tentunya penelitian di bantu oleh banyak pihak oleh sebab itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Mildy Rifai SE, MM (Cand) 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, MS selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Bapak Dr.(cand) Eko Yuliawan, SE, M.Si selaku wakil ketua 1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Bapak Drs. Henky Hendrawan, MM, MSi selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
5. Bapak Yose Cahyo Bernadi, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan dari awal hingga peneliti selesai menyusun skripsi.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi Manajemen yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar peneliti hingga peneliti bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.

7. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani peneliti dengan sepenuh hati.
8. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2020 yang telah bersama-sama peneliti menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
9. Papah dan Ibu tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
10. Adikku, sebagai penyemangat terbesar sepanjang hidup peneliti.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

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

Depok, 10 Agustus 2024

Penulis,



SAKINA NUR SALSABILA

NIM: 2412008122

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR SIDANG	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	4
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Rumusan Masalah	4
1.5. Tujuan Penelitian	4
1.6. Manfaat Penelitian	5
1.7. Sistematika Penulisan	5
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Manajemen Strategi	7
2.1.1 Pengertian Strategi	7
2.1.2 Pengertian Pemasaran	10
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	10
2.1.4 Strategi Kepuasan Pelanggan.....	12
2.2 Alat – Alat Strategi	12
2.2.1 Analisis SWOT	12
2.2.2 Komponen Analisis SWOT	13
2.2.3 Tujuan dan Manfaat Analisis SWOT.....	13
2.2.4 Matriks SWOT.....	15
2.2.5 Matriks IFE	17
2.2.6 Matriks EFE	18
2.2.7 Matriks Internal – Eksternal (IE Matrix)	18
2.2.8 Matriks Quantative Strategic Planning Matrix QSPM.....	18
2.2.9 Definisi dan cara Menghitung Bobot dan Rating.....	18
2.3 Hasil Penelitian Sebelumnya	19

2.4 Kerangka Berpikir.....	24
BAB III.....	25
METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	25
3.2 Jenis Penelitian.....	25
3.3 Sumber Data.....	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.5 Metode Analisis Data.....	27
3.6 Informan Penelitian	28
3.7. Tahap Masukan.....	28
3.7.1. Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFE).....	28
3.7.2. Matriks Faktor Strategi Internal (IFE)	30
3.8 Tahap Analisis	31
3.8.1 Matriks SWOT.....	32
3.8.2. Matriks Internal-Eksternal (IE).....	33
3.9 Tahap Pengambilan Keputusan.....	34
3.9.1 Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (QSPM).....	34
BAB IV.....	37
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Hasil Penelitian.....	37
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	37
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	37
4.1.3 Fasilitas Perusahaan	38
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	38
4.1.5 Karakteristik Informan	40
4.2 Tahap Masukan.....	40
4.2.1 Matriks Faktor Strategi Internal (IFE)	40
4.2.2 Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFE).....	44
4.3 Tahap Analisis	48
4.3.2. Matriks SWOT.....	52
4.3.3 Matriks Internal-Eksternal (IE).....	56
4.4 Tahap Pengambilan Keputusan.....	57
BAB V	59
KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1. KESIMPULAN.....	59
5.2 SARAN.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Target dan Pencapaian Penjualan Tahun 2023.....	2
Tabel 2.1 Matriks SWOT.....	16
Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.2 Matriks EFE	29
Tabel 3.3 Matriks IFE	31
Tabel 3.4 Matriks SWOT	32
Tabel 3.5 Matriks QSPM	36
Tabel 4.1 Faktor Kekuatan Perusahaan.....	40
Tabel 4.2 Faktor Kelemahan Perusahaan	41
Tabel 4.3 Hasil Matriks IFE.....	44
Tabel 4.4 Faktor Peluang Perusahaan	45
Tabel 4.5 Faktor Ancaman Perusahaan.....	46
Tabel 4.6 Hasil Matriks EFE.....	48
Tabel 4.7 Hasil Wawancara Dengan Pemilik.....	49
Tabel 4.8 Hasil Wawancara Dengan Konsumen.....	51
Tabel 4.9 Hasil Matriks SWOT.....	52
Tabel 4.10 Hasil Matriks QSPM.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	23
Gambar 3.1 Matriks IE.....	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Mozzalovs.id.....	38
Gambar 4.2 Skor Bobot total IFE.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pernyataan Kuesioner Matriks IFE dan EFE.....	63
Lampiran 2. Panduan wawancara.....	69
Lampiran 3. Dokumentasi	70
Lampiran 4. Kartu Bimbingan	71