

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN
PENDEKATAN SWOT DAN *QUANTITATIVE STRATEGIC
PLANNING MATRIX* (QSPM) DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA PERCETAKAN
*MAXX DESIGN JEMBER***

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana**



**Oleh :
AHMAD FAISOL
NIM. 18.1041.1243**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2024**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Faisol

NIM : 18.1041.1243

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN PENDEKATAN SWOT DAN *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PERCETAKAN *MAXX DESIGN JEMBER***; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 22 Mei 2024

Peneliti



Ahmad Faisol
NIM. 18.1041.1243

PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN PENDEKATAN SWOT
DAN *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX* (QSPM) DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PERCETAKAN *MAXX DESIGN*
JEMBER**

Oleh :
Ahmad Faisol
NIM. 18.1041.1243

Pembimbing:

Dosen pembimbing utama : Seno Sumowo, SE., MM.

Dosen pembimbing pendamping : Yohanes Gunawan Wibowo, SE., MM



PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Swot Dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Percetakan *Maxx Design* Jember, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Ahmad Faisol
NIM : 18.1041.1243
Hari : Kamis
Tanggal : 11 Juli 2024
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji


Ahmad Izzuddin, SE., MM.


NPK : 1990100711605780

Anggota 1

Anggota 2


Seno Sumowo, SE., MM.

NPK : 1966101710109280


Yohanes Gunawan Wibowo, SE., MM.

NPK : 1984060411703794

Mengesahkan



Maheni Ika Sari, SE., MM.

NIP : 197708112005012001

Ketua Bidang Studi


Dr. Trias Setvowati, SH., SE., MM.

NPK : 1972032710509477

MOTTO

***“SEPIRO GEDHENING SENGSORO YEN TINOMPO AMUNG DADI
CUBO”***

(Sebesar apapun kesengsaraan atau kesusahan yang kita hadapi kalau kita terima dengan ikhlas dan lapang dada, semuanya itu hanyalah sekedar cobaan semata)



KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, kita panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya, yang telah melimpahkan Rahmat, hidayah, serta inayah-Nya. Atas ridho-Nya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah “Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan SWOT Dan *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)* Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Percetakan *Maxx Design Jember*”

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah skripsi di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Tidak dapat disangkal bahwa butuh usaha yang keras dalam penyelesaian pengerjaan skripsi ini. Namun, karya ini tidak akan selesai tanpa orang-orang tercinta di sekeliling saya yang mendukung dan membantu.

Kelancaran dan kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan oleh banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Jember Dr. Hanafi, S.pd.
2. Ibu Maheni Ika Sari, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Achmad Hasan Hafidzi SE.,MM selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Bapak Seno Sumowo, SE., MM. dan Bapak Yohanes Gunawan Wibowo, SE., MM, selaku dosen pembimbing dan penguji yang telah berkenan meluangkan waktu dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Muhammadiyah Jember

Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Semoga segala kebaikan dan pertolongan mendapatkan berkah dari Allah SWT. Untuk itu saya dengan kerendahan hati mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak demi membangun laporan penelitian ini.

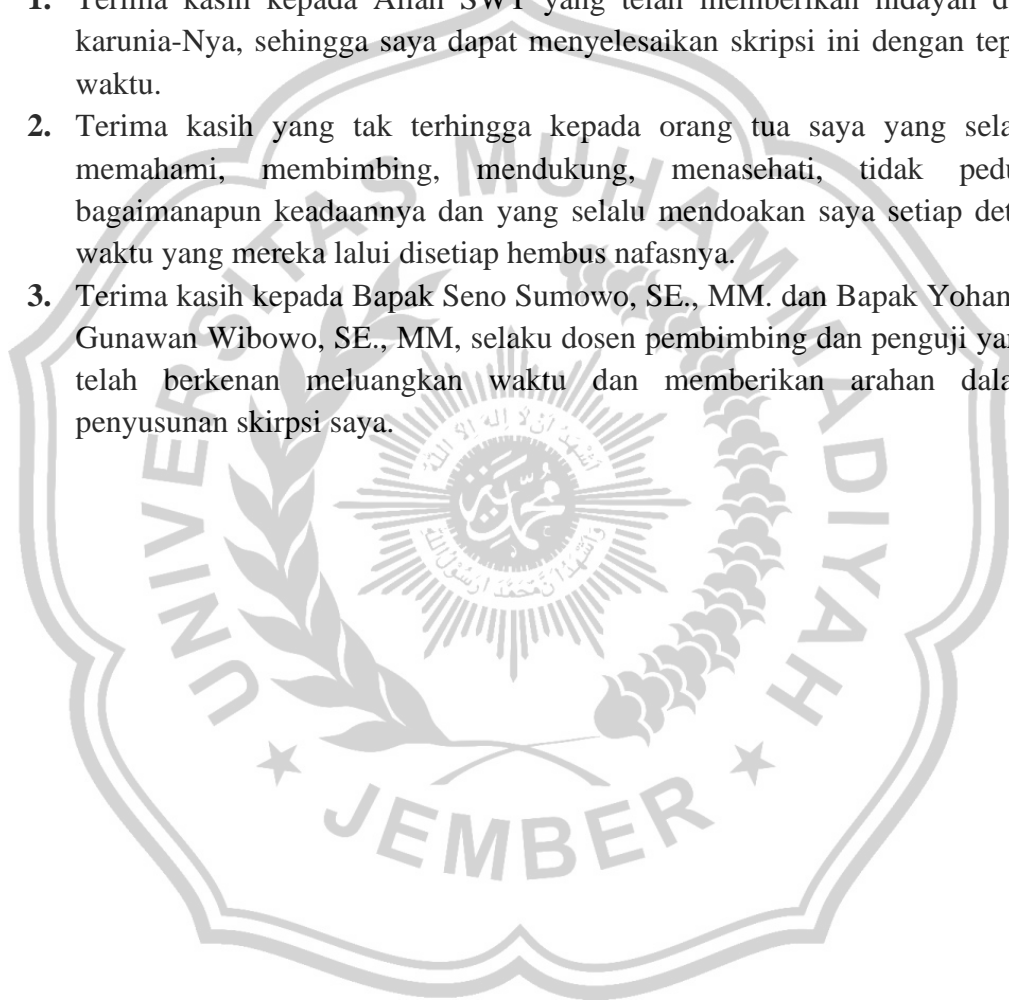
Jember, 22 Mei 2024

Penulis

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasihNya sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini saya ucapkan banyak- banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Terima kasih yang tak terhingga kepada orang tua saya yang selalu memahami, membimbing, mendukung, menasehati, tidak peduli bagaimanapun keadaannya dan yang selalu mendoakan saya setiap detik waktu yang mereka lalui disetiap hembus nafasnya.
3. Terima kasih kepada Bapak Seno Sumowo, SE., MM. dan Bapak Yohanes Gunawan Wibowo, SE., MM, selaku dosen pembimbing dan penguji yang telah berkenan meluangkan waktu dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi saya.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Defini Usaha Kecil	5
2.1.2 Daya Saing	5
2.1.3 Strategi.....	6
2.1.4 Perencanaan Strategi.....	6
2.1.5 Macam-Macam Strategi.....	5
2.1.6 Tingkatan Strategi.....	7
2.1.7 Pemasaran	8
2.1.8 Tujuan Pemasaran.....	8
2.1.9 Peran Pemasaran	9
2.1.10 Strategi Pemasaran.....	9
2.1.11 Jenis-Jenis Strategi Pemasaran	11
2.1.12 Bauran Pemasaran	11
2.2 Penelitian Terdahulu.....	12
2.3 Kerangka Konseptual	19
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Identifikasi Variable.....	21
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	21
3.3 Desain Penelitian.....	23
3.4 Jenis Data Dan Sumber	22
3.4.1 Jenis Data.....	22

3.4.2 Sumber Data	23
3.5 Populasi Dan Sampel	22
3.5.1 Populasi Penelitian DAFTAR ISI	22
3.5.2 Sampel Penelitian	22
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel	23
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.7 Teknik Analisa Data.....	24
3.8 Perancangan Dan Penyebaran Kuisioner	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Percetakan MAXX DESIGN Jember	30
4.1.1 Sejarah Singkat Percetakan MAXX DESIGN Jember	30
4.1.2 Visi dan Misi Percetakan MAXX DESIGN Jember.....	30
4.1.3 Struktur Organisasi Percetakan MAXX DESIGN Jember	31
4.1.4 Produk-Produk Percetakan MAXX DESIGN Jember	31
4.2 Analisa Data	32
4.2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Intrumen Penelitian	32
4.2.1.1 Uji Validitas	32
4.2.1.2 Uji Reabilitas	34
4.2.2 Perhitungan Bobot Faktor Internal dan Eksternal.....	36
4.2.3 Perhitungan Bobot dan Rating Matriks	38
4.2.3.1 Perhitungan Matriks <i>Internal Strategic Factor Analysis Summary</i> (IFAS)	38
4.2.3.2 Perhitungan Matriks <i>External Strategic Factor Analysis Summary</i> (EFAS)	38
4.2.4 Tahap Penentuan Matriks SWOT.....	39
4.3 Analisis Matriks <i>Quantitative Strategic Planning</i> (QSPM)	43
4.4 Pembahasan.....	44
4.4.1 Analisis Internal dan Eksternal <i>Maxx Design Jember</i>	44
4.4.2 Analisis Matriks <i>Quantitative Strategic Planning</i> (QSPM) <i>Maxx</i> <i>Design Jember</i>	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA	47

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar UKM Percetakan Kabupaten Jember.....	1
Tabel 1.2 Data Penjualan di Percetakan <i>MAXX DESIGN</i> January – Mei 2022.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Perhitungan Matrik <i>Internal Strategic Factor Analisis Summary</i> (IFAS).....	28
Tabel 3.2. Perhitungan Matrik <i>Eksternal Strategic Factor Analisis Summary</i> (EFAS).....	29
Tabel 4.1 Hasil Perhitungan Uji Validitas	34
Tabel 4.2 Rangkuman Hasil Uji Validitas	35
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	36
Tabel 4.4 Data Hasil Kuesioner dan Pemberian Rating pada Faktor Internal	37
Tabel 4.5 Data Hasil Kuesioner dan Pemberian Rating pada Faktor Eksternal....	37
Tabel 4.6 Perhitungan Bobot Faktor Internal.....	38
Tabel 4.7 Perhitungan Bobot Faktor Eksternal.....	38
Tabel 4.8 Perhitungan Matriks <i>Internal Strategic Factor Analisis Summary</i> (IFAS)	40
Tabel 4.9 Perhitungan Matriks <i>External Strategic Factor Analisis Summary</i> (EFAS).....	41
Tabel 4.10 Kombinasi Strategi Matriks SWOT	43
Tabel 4.11 Matriks Perencana Kombinasi Strategi Kuantitatif.....	44
Tabel 4.12 tabel QSPM <i>Maxx Design</i> Jember	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	20
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Percetakan MAXX DESIGN Jember.....	33
Gambar 4.2 Diagram <i>Cartesius</i> SWOT	42

