

201910140311039

Afi Fatur Rohmania

Prodi Teknik Industri

**PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK
MENINGKATKAN DAYA SAING DI INDUSTRI JASA
(BHM MANAGEMENT) MENGGUNAKAN METODE
BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) SWOT dan
QSPM**

Skripsi

Diajukan Kepada Universitas Muhammadiyah Malang Untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan Akademik Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Teknik



Disusun Oleh :

AFI FATUR ROHMANIA

201910140311039

JURUSAN TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
DAYA SAING DI INDUSTRI JASA (BHM MANAGEMENT)
MENGGUNAKAN METODE BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX)
SWOT dan QSPM
(Studi kasus : PT. BESTHUNTMANAGEMENT GROUP)



Disusun Oleh :

AFI FATUR ROHMANIA
201910140311039

Menyetujui dan Mengesahkan :

Malang, 26 Februari 2026

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2

Teguh Baroto, ST., MT

Ir. Shanty Kusuma Dewi, ST., MT

Mengetahui,

Ketua Jurusan Teknik Industri



Ir. Dana Marsetiya Utama, ST., MT

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menatakan bahwa :

Skripsi saya ini Adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Muhammadiyah Malang maupun di Perguruan Tinggi yang lain.

Skripsi ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain kecuali arahan Dosen Pembimbing.

Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan atau referensi dalam naskah dengan disebutkan nama dan dicantumkan di dalam daftar Pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari tedapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai aturan yang berlaku.

Malang, 23 Februari 2026

Yang membuat pernyataan,



Afi Fatur Rohmania

201910140311039

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Perumusan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing di Industri Jasa (BHM MANAGEMENT) Menggunakan Metode Bauran Pemasaran (Marketing Mix), SWOT dan QSPM” merupakan hasil karya ilmiah yang ditulis untuk diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik (ST) Pada Program Studi Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Malang. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan dan petunjuk serta bantuan yang bermanfaat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua penulis tersayang, Ayahanda Ahmad Hasan dan Ibunda Lailatul Fitriyah yang telah menjadi orang tua terhebat dan memberikan perhatian yang tiada terhingga atas limpahan kasih sayang dan cinta yang tulus, serta doa yang tak pernah putus, materi, motivasi, nasehat, pengorbanan, semangat yang diberikan selalu membuat penulis selalu bersyukur telah memiliki keluarga yang luar biasa.
2. Saudara, teman dan orang terdekat yang selalu mendukung dan memberikan motivasi serta turut serta membantu atas kelancaran pengerjaan skripsi ini.
3. Bapak Teguh Baroto selaku Dosen Pembimbing 1 yang mendukung dan memberkan semangat untuk menyelesaikan skripsi saya
4. Ibu Shanty selaku Pembimbing 2 yang telah mendukung dan memberikan pengarahan sejak awal perkuliahan hingga selesainya skripsi ini dan banyaknya meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan skripsi saya dengan teliti.
5. Semua pihak yang telah membantu, memberikan semangat serta doanya kepada penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih banyak.

Penulis berdoa semoga semua bantuan dan bimbingan yang diberikan kepada penulis akan mendapatkan balasan pahala yang berlipat ganda oleh Allah Subhanahu Wataala.

Dengan segala kerendahan hati penulis memohon maaf jika terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kebaikan karya ini. Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri, pembaca pada masa yang akan datang, dan bidang pendidikan umumnya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



ABSTRACT

To develop a company/industry, it needs to be supported by a good marketing strategy. At PT. BESTHUNTMANAGEMENT GROUP Malang Branch, this was done descriptively qualitatively, where some of the qualitative data obtained were then made quantitative by using a weighting and rating measurement scale commonly used in conducting a SWOT analysis. Object retrieval was carried out by means of observation, interviews and questionnaires to determine the appropriate strategy in increasing competitiveness and increasing sales in the company/industry. Furthermore, this research was analyzed using SWOT and QSPM analysis techniques. The results of the study showed that in the company's marketing strategy, various strategies have been implemented, such as word of mouth and digital marketing. The strategy that can be used to compete with similar companies/industries is to use the Grow and Build strategy. This means that in future development, the company can increase market penetration, market development, and service quality development. The focus is on maximizing internal strengths to capture more opportunities to expand the business scale. The company should pay attention to the quality aspects of the employee/marketing team workforce because the lack of this results in the company's marketing level not running well. So it is necessary to emphasize structuredly on the marketing team and clarify the work program. In addition, companies also need to create a website or application as a promotional tool to introduce their services to external parties and facilitate access to company-related information.

Keywords: Marketing strategy, SWOT and QSPM analysis, Competitiveness, and Sales Level

ABSTRAK

Untuk mengembangkan sebuah Perusahaan/industri perlu didukung dengan Strategi Pemasaran yang baik, pada PT. BESTHUNTMANAGEMENT GROUP Cabang Malang ini dilakukan secara deskriptif kualitatif, yaitu dimana sebagian data kualitatif yang diperoleh selanjutnya dibuat menjadi kuantitatif dengan menggunakan skala pengukuran bobot dan rating yang biasa digunakan dalam melakukan analisis SWOT. Pengambilan objek dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan penyebaran kuisioner untuk menentukan terkait strategi yang tepat dalam peningkatan daya saing dan peningkatan penjualan di perusahaan/industri tersebut. Selanjutnya, penelitian ini dianalisis menggunakan teknik analisis SWOT dan QSPM. Hasil penelitian didapatkan bahwa dalam strategi pemasaran Perusahaan telah melakukan berbagai macam strategi seperti *word of mouth* dan *digital marketing*. Strategi yang dapat digunakan untuk bisa bersaing dengan Perusahaan/industri yang serupa Adalah menggunakan strategi *Grow and Build*. Artinya, dalam pengembangan kedepan, perusahaan dapat meningkatkan penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan kualitas jasa. Fokusnya Adalah dengan memaksimalkan kekuatan internal untuk menangkap lebih banyak peluang guna memperbesar skala usaha. Perusahaan hendaknya memperhatikan aspek kualitas tenaga kerja karyawan/team pemasaran karena kurangnya hal tersebut mengakibatkan Tingkat pemasaran Perusahaan tidak berjalan dengan baik. Sehingga diperlukan penekanan secara terstruktur terhadap team pemasaran dan memperjelas program kerja. Selain itu, pihak perusahaan juga perlu untuk membuat website atau aplikasi sebagai sarana promosi untuk memperkenalkan jasa perusahaan kepada pihak luar serta memudahkan pihak luar mengakses informais terkain perusahaan.

Kata kunci : Strategi pemasaran, Analisis SWOT dan QSPM, Daya saing dan Tingkat penjualan

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler & Armstrong. (2008). Pemasaran digital sebagai strategi pemasaran. Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis . Jakarta : Perbanas Institute
- Dr. Marissa Grace Haque-Fawzi, S.H., M.Hum., M.B.A., M.H., Msi. (2022). Strategi Pemasaran, Konsep, Teori dan Implementasi. Tangerang : Pascal books
- Tull & Kahle. (1990), dalam Fandy Tjiptono (1997:6), "Strategi pemasaran sebagai alat fundamental. UNIVERSITAS JAYABAYA
- Kotler & Armstrong. (2012 : 75). Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo
- Ranguti. (2006:19), dalam Syamsudin noor. "PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN DAIHATSU LUXIO DI MALANG". Malang: Jurnal INTEKNA
- Fahmi (2014). Dalam jurnal Denyka Arinda Putri "IMPLEMENTASI ANALISIS SWOT (STRENGTH, WEAKNESS, OPPORTUNITIES, AND THREAT) DALAM STRATEGI PEMASARAN PRODUK PADA PT ADIB GLOBAL FOOD SUPPLIES SURABAYA". Surabaya: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
- Rangkuti (2004). Dalam jurnal Sahat Parulian Remus "PENERAPAN SWOT SEBAGAI DASAR PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA TBK, KABANJAHE". Universitas Methodist Indonesia
- Ginting (2006). Dalam M. Afuan "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN CAFE DAPOER ENHA SAGO KABUPATEN PESISIR SELATAN MENGGUNAKAN MATRIKS SWOT DAN QSPM". Padang: Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang
- Lanipi (2017). Dalam Mastroani Siregar "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM) (Studi Kasus: Toko Cahaya Fajar)". Pekanbaru: UIN SUSKA RIAU

Hasibuan (2019): Freddy (2016): Windayanti (2018). Dalam Mastroani Siregar “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM) (Studi Kasus: Toko Cahaya Fajar)”. Pekanbaru: UIN SUSKA RIAU

David (2012: 327). Dalam Alfiana, Ariestya Fuana (2017) Pendirian Home Industry Camilan King Pisang Nugget di Jakarta Timur. Jakarta: Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Sedarmayanti (2014:98). PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE QSPM PADA BISNIS SAMBAL NOESANTARA. Surabaya: Universitas Ciputra Surabaya

David (2011:193) dalam RIFDA KURNIA. STRATEGI PEMASARAN BERAS ORGANIK DI KELOMPOK TANI PANGUDI BOGO DESA DLINGO, KECAMATAN MOJOSONGO, KABUPATEN BOYOLALI. Surakarta: UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



FAKULTAS TEKNIK

PRODI TEKNIK INDUSTRI
industri.umm.ac.id | industri@umm.ac.id

FORM CEK PLAGIARISME LAPORAN TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : AFIFATUR ROHMANIA
NIM : 201910140311039
Judul TA : PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK
MENINGKATKAN DAYA SAING DI INDUSTRI JASA (BHM
MANAGEMENT) MENGGUNAKAN METODE BAURAN
PEMASARAN (MARKETING MIX), SWOT DAN QSPM
Hasil Cek Plagiarisme dengan Turnitin

No.	Komponen Pengecekan	Nilai Maksimal Plagiarisme (%)	Hasil Cek Plagiarisme (%)
1.	Bab 1 – Pendahuluan	10 %	9 %
2.	Bab 2 – Landasan Teori	25 %	25 %
3.	Bab 3 – Metodologi Penelitian	30 %	30 %
4.	Bab 4 – Pengumpulan Pengolahan Data	30 %	23 %
5.	Bab 5 – Analisa dan Pembahasan	15 %	15 %
6.	Bab 6 – Kesimpulan dan Saran	5%	5 %
7.	Jurnal	20%	16 %

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I

Teguh Baroto ST., MT

Dosen Pembimbing II

Ir. Shanty Kusuma Dewi, ST., MT.



Mengesahkan hasil Cek Plagiasi,

Koordinator TA

Thomy Eko Saputro, ST., M.Sc.



Kampus I
Jl. Muhammadiyah Malang, Jawa Timur
T: +62 341 531 213 (Pusat)
F: +62 341 460 435

Kampus
Jl. Embong, Suban, Pa. (D.I) Jawa, Jawa Timur
T: +62 341 221 100 (Pusat)
F: +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tigomas No 240 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 464 319 (Pusat)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Masalah	4
BAB II	6
LANDASAN TEORI	6
2.1 Strategi Pemasaran	6
2.1.1 Pengertian Strategi Pemasaran	6
2.1.2 Tujuan Strategi Pemasaran	6
2.2 Konsep Strategi Pemasaran	7
2.3 Unsur Strategi Pemasaran	8
2.4 Teknik Analisis Strategi	11
2.5 QSPM (Matriks Quantitative Strategic Planning Matrix)	13
2.6 Matriks EFE (Eksternal Factor Evolution)	16
2.7 Matriks IFE (Internal Factor Evolution)	17
2.8 Matriks IE	17
2.9 Kuisisioner	18
2.10 Populasi dan Sampel	19
2.11 Teknik Pengambilan Sampling	19
BAB III	21

METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 <i>Flowchart</i> Penelitian.....	21
3.2 Studi Lapangan	23
3.3 Rumusan Masalah.....	23
3.4 Tujuan Penelitian	23
3.5 Pengumpulan Data.....	23
3.6 Populasi dan Sampel	25
3.6.1 Populasi.....	25
3.6.2 Sampel.....	25
3.7 Perancangan dan Penyebaran kuisisioner	26
3.8 Pengolahan Data.....	30
3.8.1 Tahapan Input EFE dan IFE	31
3.8.2 Tahapan SWOT	33
3.8.3 Tahapan QSPM.....	36
3.9 Analisa dan Pembahasan.....	38
3.10 Kesimpulan dan Saran.....	38
BAB IV	39
PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	39
4.1 Tinjauan Perusahaan	39
4.2 Pengumpulan Data.....	39
4.2.1 Struktur Organisasi	40
4.2.2 Pengumpulan Data	42
4.2.3 Analisis Lingkungan Internal.....	42
4.2.4 Analisis Lingkungan Eksternal	48
4.2.5 Demografi Penelitian di BHM Management	51
4.2.6 Jenis Kelamin	51
4.2.7 Responden berdasarkan usia.....	52
4.2.8 Responden berdasarkan status.....	53
4.2.9 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	54
4.3 Pengolahan Data.....	57

4.3.1 Identifikasi Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal BHM Management	57
4.3.2 Perumusan dan Penetapan Alternatif strategi BHM Management	62
4.3.3 Analisis Matriks QSPM	71
BAB V	75
ANALISA DAN PEMBAHASAN	75
A. Karakteristik responden	75
B. Analisis Data	76
C. Pembahasan Pengolahan Data Matriks IFE	78
D. Pembahasan Pengolahan Data Matriks EFE	78
E. Pembahasan Matriks IE	79
F. Pembahasan matriks SWOT	79
G. Pembahasan matriks QSPM	81
BAB VI	82
PENUTUP	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	88