

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
DI CV ANDI OFFSET**

TUGAS AKHIR

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai
derajat Sarjana Teknik Industri**



**DEON SAPUTRA
15 06 08197**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DI CV ANDI OFFSET

Yang disusun oleh
Deon Saputra
15 06 08197

Dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 29 Mei 2019

Dosen Pembimbing 1,



Theodorus B Hanandoko, S.T., M.T

Tim Penguji,

Penguji 1,



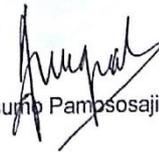
Theodorus B Hanandoko, S.T., M.T

Penguji 2,



D.M. Ratna Tungga Dewa, S.Si., M.T

Penguji 3,



Anugrah Kusumo Pamososaji, S.T., M.T

Yogyakarta, 29 Mei 2019
Universitas Atma Jaya Yogyakarta,
Fakultas Teknologi Industri,

Dekan,



Drs. A. Teguh Siswanto, M. Sc

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Deon Saputra

NPM : 15 06 08197

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya dengan judul "Analisis Strategi Pemasaran di CV Andi Offset" merupakan hasil penelitian saya pada Tahun Akademik 2018/2019 yang bersifat original dan tidak mengandung plagiasi dari karya manapun.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku termasuk untuk dicabut gelar Sarjana yang telah diberikan Universitas Atma Jaya Yogyakarta kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenarbenarnya.

Yogyakarta, 20 Mei 2019

Yang menyatakan,



Deon Saputra

HALAMAN PERSEMBAHAN

Thanks For :

My lord.

My family.

My friends.

CV ANDI OFFSET



Amsal 23 : 18

**Karena masa depan sungguh ada,
dan harapanmu tidak akan hilang**

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena oleh karunia-Nya, laporan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran di CV Andi Offset” dapat diselesaikan dengan baik. Tujuan dari penyusunan Tugas Akhir ini adalah syarat untuk memenuhi derajat S1/Sarjana yang diselenggarakan oleh Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Laporan Tugas Akhir ini juga dapat diselesaikan berkat bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. A. Teguh Siswanto, M. Sc selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta
2. Ibu Ririn Diar Astanti, S.T., M.T. selaku Kepala Program Studi Teknik Industri
3. Bapak Theodorus B. Hanandoko, S.T., M.T selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberi arahan kepada penulis dalam menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini
4. Bapak Widi, selaku narasumber dari CV Andi Offset
5. Keluarga yang selalu mendukung dan membantu kelancaran penulisan laporan Tugas Akhir ini
6. Seluruh teman-teman mahasiswa angkatan 2015

Dengan demikian, penulis mengucapkan terima kasih atas semua dukungan yang sudah diberikan dan berharap Laporan Tugas Akhir ini bisa berguna bagi para pembaca, khusus nya perusahaan CV Andi Offset.

Yogyakarta, 20 Mei 2019

Penulis

DAFTAR ISI

BAB	JUDUL	
	HAL	
	Halaman Judul	i
	Halaman Pengesahan	ii
	Pernyataan Originalitas	iii
	Halaman Persembahan	iv
	Kata Pengantar	v
	Daftar Isi	vi
	Daftar Tabel	viii
	Daftar Gambar	x
	Intisari	xi
1	Pendahuluan	1
	1.1. Latar Belakang	2
	1.2. Perumusan Masalah	3
	1.3. Tujuan Penelitian	3
	1.4. Batasan Masalah	3
2	Tinjauan Pustaka dan Dasar Teori	5
	2.1. Tinjauan Pustaka	5
	2.2. Dasar Teori	7
3	Metodologi Penelitian	23
	3.1. Identifikasi	24
	3.2. Diskusi Terkait Penyelesaian Masalah	25

3.3.	Studi Literatur	25
3.4.	Wawancara dan Pengambilan Data Pertama	25
3.5.	Merekap Hasil Wawancara Pertama dengan Teori Pemasaran	26
3.6.	Perumusan dengan Metode SWOT	26
3.7.	Pengambilan Data Kedua Berupa <i>Pairwise Comparisson</i>	26
3.8.	Melakukan Pembobotan dengan <i>Pairwise Comparisson</i>	27
3.9.	Merumuskan Alternatif Strategi Pemasaran	27
4	Data	29
4.1.	Profil Singkat CV Andi Offset	29
4.2.	Data Hasil Wawancara	30
5	Analisis Data	40
5.1.	<i>SWOT Analysis</i>	40
5.2.	<i>SWOT-AHP Analysis</i>	45
5.3.	Formulasi Alternatif Strategi Pemasaran	59
6	Kesimpulan dan Saran	66
6.1.	Kesimpulan	66
6.2.	Saran	67
	Daftar Pustaka	68
	Lampiran	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Matriks Perbandingan Berpasangan	16
Tabel 2.2. Skala Perbandingan Matriks Berpasangan	16
Tabel 2.3. Daftar Indeks Random Konsistensi (RI)	18
Tabel 4.1. Potret Divisi <i>Marketing</i>	30
Tabel 4.2. Produk	30
Tabel 4.3. Price	33
Tabel 4.4 Promosi (<i>Promotion</i>)	34
Tabel 4.5. Tempat (<i>Place</i>)	35
Tabel 4.6. Orang (<i>People</i>)	36
Tabel 4.7. Program	36
Tabel 4.8. Proses	38
Tabel 4.9. Performansi	39
Tabel 5.1 Matriks Perbandingan Berpasangan Grup SWOT	46
Tabel 5.2. Pembobotan Grup SWOT	47
Tabel 5.3. Perhitungan Rasio Konsistensi Grup SWOT	48
Tabel 5.4. Matriks Perbandingan Berpasangan Faktor Kekuatan	49
Tabel 5.5. Pembobotan Faktor Kekuatan	49
Tabel 5.6. Perhitungan Rasio Konsistensi Kekuatan	50
Tabel 5.7. Matriks Perbandingan Berpasangan Faktor Kelemahan	51
Tabel 5.8. Pembobotan Faktor Kelemahan	52
Tabel 5.9. Perhitungan Rasio Konsistensi Kelemahan	53
Tabel 5.10. Matriks Perbandingan Berpasangan Faktor Peluang	54
Tabel 5.11. Pembobotan Faktor Kelemahan Peluang	55
Tabel 5.12. Perhitungan Rasio Konsistensi Peluang	56
Tabel 5.13. Matriks Perbandingan Berpasangan Faktor Ancaman	57

Tabel 5.14. Pembobotan Faktor Kelemahan Ancaman	58
Tabel 5.15. Perhitungan Rasio Konsistensi Ancaman	58
Tabel 5.16. Strategi SO	60
Tabel 5.17. Strategi WO	61
Tabel 5.18. Strategi ST	62
Tabel 5.19 Strategi WT	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Level Hirarki	15
Gambar 2.2 Struktur Hirarki SWOT-AHP	19
Gambar 3.1. Diagram Alir Metodologi Penelitian	22
Gambar 5.1. Perhitungan <i>Weighed Sum Vector</i> (WSV) Grup SWOT	47
Gambar 5.2. Perhitungan <i>Weighed Sum Vector</i> (WSV) Kekuatan	50
Gambar 5.3. Perhitungan <i>Weighed Sum Vector</i> (WSV) Kelemahan	53
Gambar 5.4. Perhitungan <i>Weighed Sum Vector</i> (WSV) Peluang	55
Gambar 5.5. Perhitungan <i>Weighed Sum Vector</i> (WSV) Ancaman	58



INTISARI

CV Andi Offset merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penerbitan buku dan percetakan. Dalam beberapa tahun terakhir, CV Andi mengalami penurunan profit yang cukup signifikan. Hal tersebut diakibatkan oleh banyak faktor baik eksternal maupun internal perusahaan, salah satunya adalah terkait pemasaran produk. Oleh karena itu akan diformulasikan atau dibuat alternatif strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh perusahaan CV Andi untuk menaikkan profit kembali.

Metode yang digunakan adalah Metode *Hybrid* antara metode SWOT (*Strengths, Weakness, Oppurtunities, Threats*) dan Metode AHP (*Analytical Hierrarchy Process*) dengan konsep Bauran Pemasaran (*Mix Marketing*) di dalamnya. Metode ini menghasilkan output berupa faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang disertai dengan nilai bobot prioritas. Bobot prioritas tersebut akan digunakan dalam memformulasikan Strategi Pemasaran Setelah mendapatkan beberapa alternatif strategi pemasaran, dipilih 3 strategi pemasaran yang paling tepat dilakukan CV Andi Offset saat ini, yaitu Membuat aplikasi "baca buku Online" dengan bekerja sama dengan Chanel yang ada. Pengarahan kegiatan ke IT Staf (Global Soft) untuk membuat program baca buku *online*, Melakukan survei terkait data-data topik atau konten apa yang sedang dibutuhkan dengan cara bekerja sama dengan instansi pendidikan atau dengan channels yang ada dalam hal pengambilan data (dilakukan dengan survei berhadiah), dan membuat jadwal rutin terkait aktivitas pemasaran di media sosial yang berisi profil perusahaan, produk, serta program promosi (*posting* foto, video, program promosi), Media : Instagram dan Youtube

Kata Kunci : Marketing, SWOT (*Strengths, Weakness, Oppurtunities, Threats*) AHP, SWOT-AHP, Strategi Pemasaran