

## TESIS

# **Pengembangan Strategi Bisnis *Creativepreneur* Berbasis *Review* Pelanggan Menggunakan SWOT-AHP**



Mutiara Dicinta

No. Mhs: 195603158/PS/MTI

PROGRAM STUDI MAGISTER TEKNIK INDUSTRI  
DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2022



**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**  
Departemen Teknik Industri  
Program Studi Magister Teknik Industri

---

## Pengesahan Tesis

Nama : Mutiara Dicinta  
Nomor Mahasiswa : 195603158/PS/MTI  
Konsentrasi : Business Analytics  
Judul Tesis : Pengembangan Strategi Bisnis  
*Creativepreneur* Berbasis *Review*  
Pelanggan Menggunakan SWOT-AHP

Nama Pembimbing	Tanggal	Mengetahui
Dr. T. Baju Bawono, S.T., M.T	15 Januari 2022	
Ir. B. Kristyanto, M. Eng, Ph.D.	15 Januari 2022	

# HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

PENGEMBANGAN STRATEGI BISNIS CREATIVEPRENEUR BERBASIS REVIEW PELANGGAN  
MENGUNAKAN SWOT-AHP

yang disusun oleh

Mutiara Dicinta

195603158

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 12 Februari 2022

		Keterangan
Dosen Pembimbing 1	: Dr. T. Baju Bawono, ST., MT.	Telah Menyetujui
Dosen Pembimbing 2	: Ir. B.Kristyanto, M.Eng., Ph.D.	Telah Menyetujui
Tim Penguji		
Penguji 1	: Dr. T. Baju Bawono, ST., MT.	Telah Menyetujui
Penguji 2	: Dr.T. Paulus Wisnu Anggoro, S.T., M.T.	Telah Menyetujui
Penguji 3	: Dr. Parama Kartika D. SP., S.T., M.T.	Telah Menyetujui

Yogyakarta, 12 Februari 2022

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Teknologi Industri

Dekan

ttd.

Dr. A. Teguh Siswantoro, M.Sc.

Dokumen ini merupakan dokumen resmi UAJY yang tidak memerlukan tanda tangan karena dihasilkan secara elektronik oleh Sistem Bimbingan UAJY. UAJY bertanggung jawab penuh atas informasi yang tertera di dalam dokumen ini

## PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mutiara Dicinta

NPM : 195603158

Dengan ini menyatakan bahwa Tesis saya yang berjudul “Pengembangan Strategi Bisnis *Creativepreneur* Berbasis *Review* Pelanggan Menggunakan SWOT-AHP” merupakan hasil penelitian saya pada Tahun Akademik 2021/ 2022 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 untuk dicabut gelar Magister yang telah diberikan Universitas Atma Jaya Yogyakarta kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 15 Januari 2022

Yang menyatakan,



Mutiara Dicinta, S.T

## INTISARI

Perkembangan teknologi membawa dampak positif dengan membuka peluang bisnis. *Creativepreneur* menjadi salah satu industri kreatif yang tumbuh dengan adanya perkembangan teknologi informasi. Hal ini juga menyebabkan bertambahnya persaingan di pasar. *E-commerce* menjadi sarana jual beli online yang muncul dari adanya perkembangan teknologi. Persaingan di *e-commerce* meningkat karena adanya *review* pelanggan yang memiliki pengaruh dalam keputusan pembelian. Strategi bisnis perlu disusun oleh pelaku bisnis untuk menghadapi persaingan. *Strength Weakness Opportunities Threat* (SWOT) merupakan metode kualitatif yang dapat digunakan untuk mengembangkan strategi bisnis. Kelemahan analisis SWOT dapat dilengkapi dengan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) sebagai metode kuantitatif yang disempurnakan dengan berbasis *review* pelanggan.

Pengembangan strategi bisnis Toko Oci dilakukan dengan menerapkan kolaborasi *Strength Weakness Opportunities Threat* (SWOT) – *Analytical Hierarchy Process* (AHP) berdasarkan *review* pelanggan di *e-commerce*. Pengembangan strategi dengan analisis SWOT mengidentifikasi faktor internal dan eksternal bisnis dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada berdasarkan hasil *text mining review* pelanggan. Hasil *text mining* akan digunakan sebagai input dalam analisis *Importance- Performance Analysis* (IPA) untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi Toko Oci yang kemudian akan disusun alternative strategi. AHP mengidentifikasi perbandingan hubungan antar faktor sampai dengan alternative strategi yang ada. Metode ini dapat digunakan untuk memilih alternative strategi dan menemukan strategi terbaik berdasarkan *trade-off*.

Hasil penelitian menunjukkan Aspek penilaian pelanggan terhadap produk kreatif secara berurutan dari yang paling penting adalah *Aesthetics, Performance, Conformance, Perceived Quality, Tangibles, Reliability Service, Empati, Assurance*. Hasil identifikasi faktor eksternal dan internal menunjukkan Toko Oci memiliki 6 kekuatan, 4 kelemahan, 4 peluang, dan 6 ancaman, Analisis SWOT menghasilkan 8 alternatif strategi bagi Toko Oci. Strategi prioritas memiliki skor tertinggi 0,222 berdasarkan analisis dengan AHP adalah alternative strategi Pengembangan gambar produk sesuai dengan minat pelanggan. Usulan perbaikan strategi diteliti lebih lanjut dengan menggunakan *conjoint analysis* untuk menentukan faktor yang mempengaruhi pilihan pelanggan terhadap gambar produk. Atribut tema berpengaruh 66,67% lebih tinggi dibandingkan warna gambar yang berpengaruh sebesar 33,33%. Paduan tema dan warna gambar yang diminati pelanggan adalah tema karakter dengan warna minimalis atau terdiri dari 2-8 warna.

**Kata kunci:** Review Pelanggan, *Creativepreneur*, IPA, SWOT, AHP

## ABSTRACT

*Technological developments have a positive impact by opening up business opportunities. Creativepreneur is one of the creative industries that grows with the development of information technology. This has also led to increased competition in the market. E-commerce has become a means of buying and selling online that emerged from the development of technology. Competition in e-commerce is increasing because of customer reviews that have an influence on purchase decisions. Business strategies need to be prepared by business to face competition. Strength Weakness Opportunities Threat (SWOT) is a qualitative method that can be used to develop business strategies. Weaknesses of SWOT analysis can be complemented by the Analytical Hierarchy Process (AHP) as a quantitative method that is refined based on customer reviews.*

*Toko Oci's business strategy development is carried out by implementing the Strength Weakness Opportunities Threat (SWOT) - Analytical Hierarchy Process (AHP) collaboration based on customer reviews in e-commerce. Strategy development with SWOT analysis identifies internal and external business factors by looking at existing strengths, weaknesses, opportunities, and threats based on the results of text mining customer reviews. The results of the text mining will be used as input in the Importance-Performance Analysis (IPA) analysis to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by Toko Oci which will then be prepared alternative strategies. AHP identifies a comparison of the relationship between factors and alternative strategies. This method can be used to choose alternative strategies and find the best strategy based on trade-offs.*

*The results showed that the aspects of customer assessment of creative products in order from the most important were Aesthetics, Performance, Conformance, Perceived Quality, Tangibles, Reliability Service, Empathy, Assurance. The results of the identification of external and internal factors show that Toko Oci have 6 strengths, 4 weaknesses, 4 opportunities, and 6 threats. SWOT analysis produces 8 alternative strategies for Toko Oci. The priority strategy has the highest score of 0.222 based on analysis with AHP is an alternative strategy for developing product images according to customer interests. The proposed strategy improvement is further investigated by using conjoint analysis to determine the factors that influence the customer's choice of product image. The theme attribute has an effect of 66.67% higher than the color of the image which has an effect of 33.33%. The combination of themes and image colors that customers are interested in is a character theme with minimalist colors or consisting of 2-8 colors.*

**Keyword:** *Customer Review, Creativepreneur, IPA, SWOT, AHP*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

(Matius 7 : 7) "Mintalah, Maka akan diberikan kepadamu ; carilah, maka kamu akan mendapat ; ketoklah, maka pintu akan dibukakan bagimu."





## KATA PENGANTAR

Puji Syukur ke hadirat Tuhan Yesus Kristus atas anugrah-Nya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tesis ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Laporan tesis ini ditulis untuk memenuhi syarat kelulusan derajat Magister Teknik Industri pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu, dan memberikan masukan, sehingga Laporan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan. Penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. A. Teguh Siswantoro, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Ibu Ririn Diar Astanti, S.T., MMT., Dr. Eng, selaku Kepala Departemen Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Parama Kartika Dewa, ST., MT., selaku Ketua Program Studi Magister Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Dr. T. Baju Bawono, S.T., M.T. dan Ir. B. Kristyanto, M. Eng, Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis dalam menyusun Tesis ini. Dosen Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta
5. Papa Tri Putro Raharjo, Mama Bernadeta Hari Saptaning Tyas, Kakak Mutiara Cininta, Adik Bagaskoro dan Mas Andreas Raditya Wirawan yang tercinta yang telah memberikan dukungan, doa, dan semangat dalam penyusunan tesis ini.
6. Bellachintya, Bellanov, Kak Saras, dan teman – teman Magister Teknik Industri Gasal 2019/2020 yang telah mendukung dan memberikan masukan dalam penyusunan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini masih terdapat kekurangan, oleh sebab itu penulis mohon maaf. Penulis ucapkan selamat membaca, silahkan mengambil hal-hal yang positif dari laporan ini, sebagai bahan referensi maupun menambah pengetahuan.

Yogyakarta, 15 Januari 2022

Penulis



## DAFTAR ISI

BAB	JUDUL	HAL
	Halaman Judul	i
	Halaman Pengesahan	ii
	Pernyataan Originalitas	iv
	Intisari	v
	Abstrak	vi
	Halaman Persembahan	vii
	Kata Pengantar	viii
	Daftar Isi	ix
	Daftar Tabel	xii
	Daftar Gambar	xiv
	Daftar Lampiran	xvi
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
2	Tinjauan Pustaka dan Dasar Teori	5
	2.1. Tinjauan Pustaka	5
	2.1.1. Penelitian Terdahulu	5
	2.1.2. Penelitian Saat Ini	7
	2.2. Dasar Teori	8
	2.2.1. <i>E-commerce</i>	8
	2.2.2. <i>Online Customer Review</i>	8
	2.2.3. <i>Web Scraping</i>	8
	2.2.4. <i>Text Mining</i>	9
	2.2.5. Dimensi Kualitas Produk	9
	2.2.6. Dimensi Kualitas Layanan	9
	2.2.7. <i>Importance-Performance Analysis (IPA)</i>	10
	2.2.8. IPA – SWOT	12

	2.2.9. <i>Strength Weakness Opportunities Threat (SWOT)</i>	13
	2.2.10. Analytical Hierarchy Process (AHP)	14
3	Metodologi Penelitian	16
	3.1. Tahap Penelitian	16
	3.1.1. Tahap Pendahuluan	17
	3.1.2. Tahap Persiapan	18
	3.1.3. Tahap Analisis	20
	3.1.4. Tahap Akhir	22
4	Objek dan Data Penelitian	23
	4.1. Objek Penelitian	23
	4.1.1. Toko Oci	23
	4.1.2. Kompetitor	26
	4.2. Data Penelitian	28
	4.2.1. Pengambilan Data dengan <i>Web Scraping</i>	28
	4.2.2. Membersihkan Data Hasil <i>Scraping</i>	32
	4.2.3. Menentukan Aspek Dimensi Kualitas	32
	4.2.4. Text Mining Review Pelanggan	33
5	Identifikasi SWOT	37
	5.1. Identifikasi Dimensi Kualitas	39
	5.2. <i>Importance - Performance dan Gap Analysis</i>	39
	5.3. Menentukan Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman	44
6	Analisis SWOT-AHP	48
	6.1. Pengembangan Alternatif Strategi	48
	6.2. Analisis AHP	51
	6.2.1. Penyusunan Pohon Hierarki	51
	6.2.2. Perbandingan Berpasangan	51
	6.3. Hasil Analisis AHP	61
7	Usulan Strategi Prioritas	65
	7.1. Detail Strategi Prioritas	65

7.1.1. Menentukan Tema yang Diminati	65
7.2. Usulan Perbaikan Tambahan	72
7.3. Persetujuan Usulan Strategi	74
Kesimpulan dan Saran	76
8 8.1. Kesimpulan	76
8.2. Saran	77
Daftar Pustaka	xvii



## DAFTAR TABEL

JUDUL	HAL
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	6
Tabel 2.2. Dimensi Kualitas Produk	9
Tabel 2.3. Dimensi Kualitas Layanan	10
Tabel 2.4. Identifikasi SWOT	13
Tabel 2.5. SWOT Matrix	14
Tabel 2.6. Skala Perbandingan AHP	15
Tabel 2.7. <i>Pairwise Comparison</i>	15
Tabel 4.1. Produk Toko Oci	24
Tabel 4.2. Daftar Toko Produk Kreatif	27
Tabel 4.3. Review Pelanggan	31
Tabel 4.4. Aspek Dimensi Kualitas	33
Tabel 4.5. Rekap review Kreatif	35
Tabel 4.6. Rekap Review Toko Oci	35
Tabel 4.7. Rekap Review Toko Oci	36
Tabel 4.8. Data Dasar SWOT	36
Tabel 5.1. Sentimen Review Pelanggan	37
Tabel 5.2. Data Aspek dan Frekuensi Review Pelanggan	38
Tabel 5.3. Frekuensi Dimensi Review Pelanggan	38
Tabel 5.4. Importance dan Performan Toko	40
Tabel 5.5. Hasil IPA Kompetitor MS	42
Tabel 5.6. Hasil IPA Toko Oci	43
Tabel 5.7. Kekuatan dan Lemahan Kompetitor MS	44
Tabel 5.8. Kekuatan dan kelemahan Toko Oci	44
Tabel 5.9. Analisis Pebandingan Gap	45
Tabel 5.9. Aspek SWOT Toko Oci	46
Tabel 5.10. SWOT Toko Oci	47
Tabel 6.1. Alternatif Startegi SWOT pada Toko	50
Tabel 6.2. Skala Kepentingan Kriteria	51
Tabel 6.3. Skala Kpeentingan Dimensi	54
Tabel 6.4. Skala Dimensi Sub Kriteria	55
Tabel 6.5. Urutan strategi Prioritas	63
Tabel 7.1. Data Penjualan dan Faktor Gambar	65

Tabel 7.2.	Atribut dan Level	66
Tabel 7.3.	Nilai Level Warna	66
Tabel 7.4.	Data Input analisis Conjoint	67
Tabel 7.5.	Stimulus Gambar Produk Kreatif	69
Tabel 7.6.	Hasil <i>Utility Conjoint</i>	70
Tabel 7.7.	Nilai Kepentingan Atribut	71
Tabel 7.8.	Korelasi <i>Conjoint</i>	71
Tabel 7.9.	Persetujuan Usulan Strategi	75



## DAFTAR GAMBAR

JUDUL	HAL
Gambar 2.1. Grafik IPA	11
Gambar 2.2. <i>Flowchart</i> IPA	13
Gambar 2.3. Pohon Hierarki SWOT-AHP	14
Gambar 2.4. Tampilan <i>Expert Choice 11</i>	15
Gambar 3.1. <i>Flowchart</i> Penelitian	16
Gambar 3.2. <i>Flowchart Web Scraping</i>	19
Gambar 3.3. <i>Flowchart</i> Analisis Data Review Pelanggan	21
Gambar 4.1. Logo Toko Oci	23
Gambar 4.2. Tampilan <i>E-commerce</i> Toko Oci	24
Gambar 4.3. Task Baru pada Octoparse	28
Gambar 4.4. Input URL pada Octoparse	28
Gambar 4.5. Pilihan Data	29
Gambar 4.6. Mengatur dan menjalankan workflow Octoparse	29
Gambar 4.7. Proses Scraping dengan Octoparse	30
Gambar 4.8. Ringkasan Scraping	30
Gambar 4.9. Contoh <i>Case Normalization</i>	34
Gambar 4.10. Contoh <i>Stopping</i>	34
Gambar 4.11. Contoh <i>Tokenization</i>	35
Gambar 5.1. Dimensi Kualitas Produk Kreatif Online	39
Gambar 5.2.. Grafik Perbandingan Performa	40
Gambar 5.3.. Grafik IPA Kompetitor MS	41
Gambar 5.4. Grafik IPA Toko Oci	43
Gambar 6.1. Perbandingan Berpasangan Kriteria	52
Gambar 6.2. Pohon Hirarki Toko Oci	53
Gambar 6.3. Pairwise Comparison Sub-kriteria Kekuatan	54
Gambar 6.4. Pairwise Comparison Sub-kriteria Kelemahan	54
Gambar 6.5. Pairwise Comparison Sub-kriteria Peluang	54
Gambar 6.6. Pairwise Comparison Sub-kriteria Ancaman	56
Gambar 6.7. Pairwise Comparison Strategi terhadap Kekuatan 1	56
Gambar 6.8. Pairwise Comparison Strategi terhadap Kekuatan 2	56
Gambar 6.9. Pairwise Comparison Strategi terhadap Kekuatan 3	56
Gambar 6.10. Pairwise Comparison Strategi terhadap Kekuatan 4	57

Gambar 6.11.	Pairwise Comparison Strategi terhadap Kekuatan 5	57
Gambar 6.12.	Pairwise Comparison Strategi terhadap Kekuatan 6	57
Gambar 6.13.	Pairwise Comparison Strategi terhadap W1	57
Gambar 6.14.	Pairwise Comparison Strategi terhadap W2	58
Gambar 6.15.	Pairwise Comparison Strategi terhadap W3	58
Gambar 6.16.	Pairwise Comparison Strategi terhadap W4	58
Gambar 6.17.	Pairwise Comparison Strategi terhadap Peluang 1	58
Gambar 6.18.	Pairwise Comparison Strategi terhadap Peluang 2	59
Gambar 6.19.	Pairwise Comparison Strategi terhadap Peluang 3	59
Gambar 6.20.	Pairwise Comparison Strategi terhadap Peluang 4	59
Gambar 6.21.	Pairwise Comparison Strategi terhadap Ancaman 1	59
Gambar 6.22.	Pairwise Comparison Strategi terhadap Ancaman 2	60
Gambar 6.23.	Pairwise Comparison Strategi terhadap Ancaman 3	60
Gambar 6.24.	Pairwise Comparison Strategi terhadap Ancaman 4	60
Gambar 6.25.	Pairwise Comparison Strategi terhadap Ancaman 5	60
Gambar 6.26.	Pairwise Comparison Strategi terhadap Ancaman 6	60
Gambar 6.27.	Hasil Prioritas Kriteria	61
Gambar 6.28.	Hasil Prioritas Kekuatan	61
Gambar 6.29.	Hasil Prioritas Kelemahan	61
Gambar 6.30.	Hasil Prioritas Peluang	62
Gambar 6.31.	Hasil Prioritas Kekuatan	62
Gambar 6.32.	Strategi Prioritas Hasil AHP	62
Gambar 6.33.	Grafik strategi Toko Oci	63
Gambar 6.34.	Perbandingan ST5 dan ST7	64
Gambar 7.1.	Input Ortogonal	68
Gambar 7.2.	Stimulus pada SPSS 21	68
Gambar 7.3.	Input Skala Stimulus	69
Gambar 7.4.	Syntax Conjoint	70
Gambar 7.5.	Tampilan Google Trends	72
Gambar 7.6.	Tampilan Awal Google Trends	72
Gambar 7.7.	Input Kategori	73
Gambar 7.8.	Input Perbandingan	73
Gambar 7.9.	Tampilan Perbandingan Kategori	73
Gambar 7.10.	Fitur Voting pada Instagram	74



## DAFTAR LAMPIRAN

JUDUL	HAL
Lampiran 1. Contoh Hasil <i>Web Scraping</i>	xx
Lampiran 2. Contoh <i>Input Text Mining</i>	xxi
Lampiran 3. Contoh <i>Syntax Text Mining</i>	xxiii
Lampiran 4. <i>Data Conjoint Analysis</i>	xxiv

