

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN  
DENGAN MENGGUNAKAN METODE QSPM  
(QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX)  
DI NIMCO INDONESIA**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh :**

**Rido Pujima Eli Chandra Purba**

**NPM : 11 03 19316**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA,  
SEPTEMBER 2015**

**Skripsi**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN  
DENGAN MENGGUNAKAN METODE QSPM  
(QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX)  
DI NIMCO INDONESIA**



**Disusun oleh :**

**Rido Pujima Eli Chandra Purba**

**NPM : 11 03 19316**

**Telah dibaca dan disetujui oleh**

**Pembimbing**

A handwritten signature in black ink, appearing to be "E. Kusumadmo", written over a light blue horizontal line.

**E. Kusumadmo, MM., Ph.D.**

**Tanggal 7 Oktober 2015**

Skripsi

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN  
DENGAN MENGGUNAKAN METODE QSPM  
(QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX)  
DI NIMCO INDONESIA**

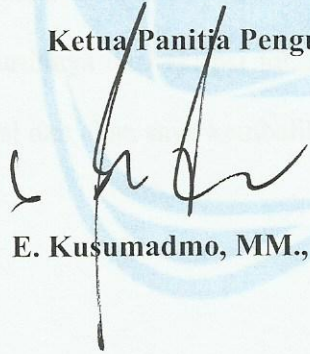
Yang dipersiapkan dan disusun oleh

**RIDO PUJIMA ELI CHANDRA PURBA  
NPM : 110319316**

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji  
Pada tanggal 13 November 2015  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima  
Sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi  
(S1) Program Studi Manajemen

**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua/Panitia Penguji,**

  
E. Kusumadmo, MM., Ph.D.

**Anggota Panitia Penguji**

  
Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

  
Debora Wintriarsi H., SE., MM., M.Sc.

Yogyakarta, 7 Desember 2015

Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



  
Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN  
DENGAN MENGGUNAKAN METODE QSPM  
(QUANTITATIVE STRATEGICT PLANNING MATRIX)  
DI NIMCO INDONESIA**

benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari bahwa saya terbukti melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 28 September 2015

Yang menyatakan,



Rido Pujima Eli Chandra Purba



## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat, kasih karunia serta penyertaan-Nya selama pengerjaan skripsi ini. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Akhirnya, penulisan skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) di Nimco Indonesia” dapat diselesaikan dengan maksimal oleh penulis.

Penulis menyadari bahwa banyak sekali tantangan dan hambatan yang dating saat proses penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih banyak kepada pihak yang terlibat dan membantu penyelesaian skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph. D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Ibu Debora Wintriarsi H, SE., MM., M.Sc., selaku ketua Program Studi Manajemen dan Ibu Gabriella Hanny Kusuma, SE., M.Sc., selaku sekretaris Program Studi Manajemen, yang telah bersedia memberi dukungan kepada penulis selama pengerjaan skripsi ini.
3. Bapak E. Kusumadmo, MM., Ph.D., selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan waktu dan arahan kepada penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini.

4. Nimco Indonesia yang telah bersedia menjadi objek penelitian serta memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomi yang telah membantu memberikan pengajaran, ilmu, serta arahan bagi penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
6. Bapak dan mamak, Jarmidin Purba dan Diana Saragih. Terimakasih atas doa, perhatian, kasih sayang, dan segala bentuk dukungan baik moral maupun material, sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Terimakasih sudah menjadi alasan utama penulis untuk hidup dan mencapai segalanya yang telah penulis raih.
7. Saudara-saudariku, dr. Arna Purba, Roy Purba SE., Nesly Purba SE., dan Josua Purba, terimakasih atas segala dukungan yang telah diberikan.
8. Seseorang yang telah bersedia menunggu penulis untuk menuntaskan pendidikan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
9. Teman-teman dari HMPSM FE UAJY, Alfon, Clara, Mambu, Danniell, Brian, Immanuel, Agri, dan teman-teman lainnya yang telah melengkapi perjalanan penulis dalam menjalani pendidikan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
10. Seluruh pihak-pihak yang membantu penulis dalam segala hal terkait dengan perjalanan pendidikan penulis di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun akan diterima. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Terimakasih.

Yogyakarta, 28 September 2015

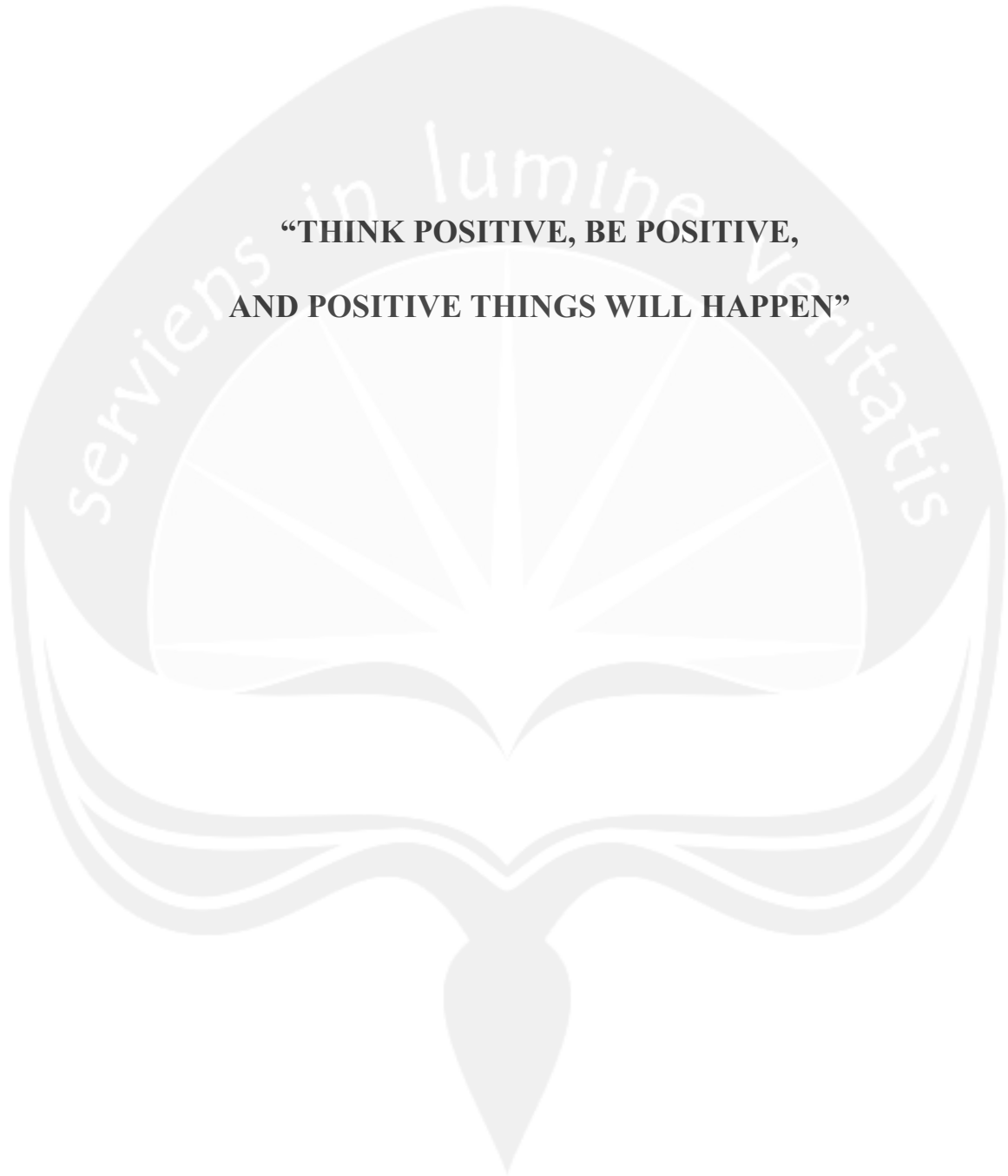
Penulis



Rido Pujima Eli Chandra Purba

## MOTTO

**“THINK POSITIVE, BE POSITIVE,  
AND POSITIVE THINGS WILL HAPPEN”**



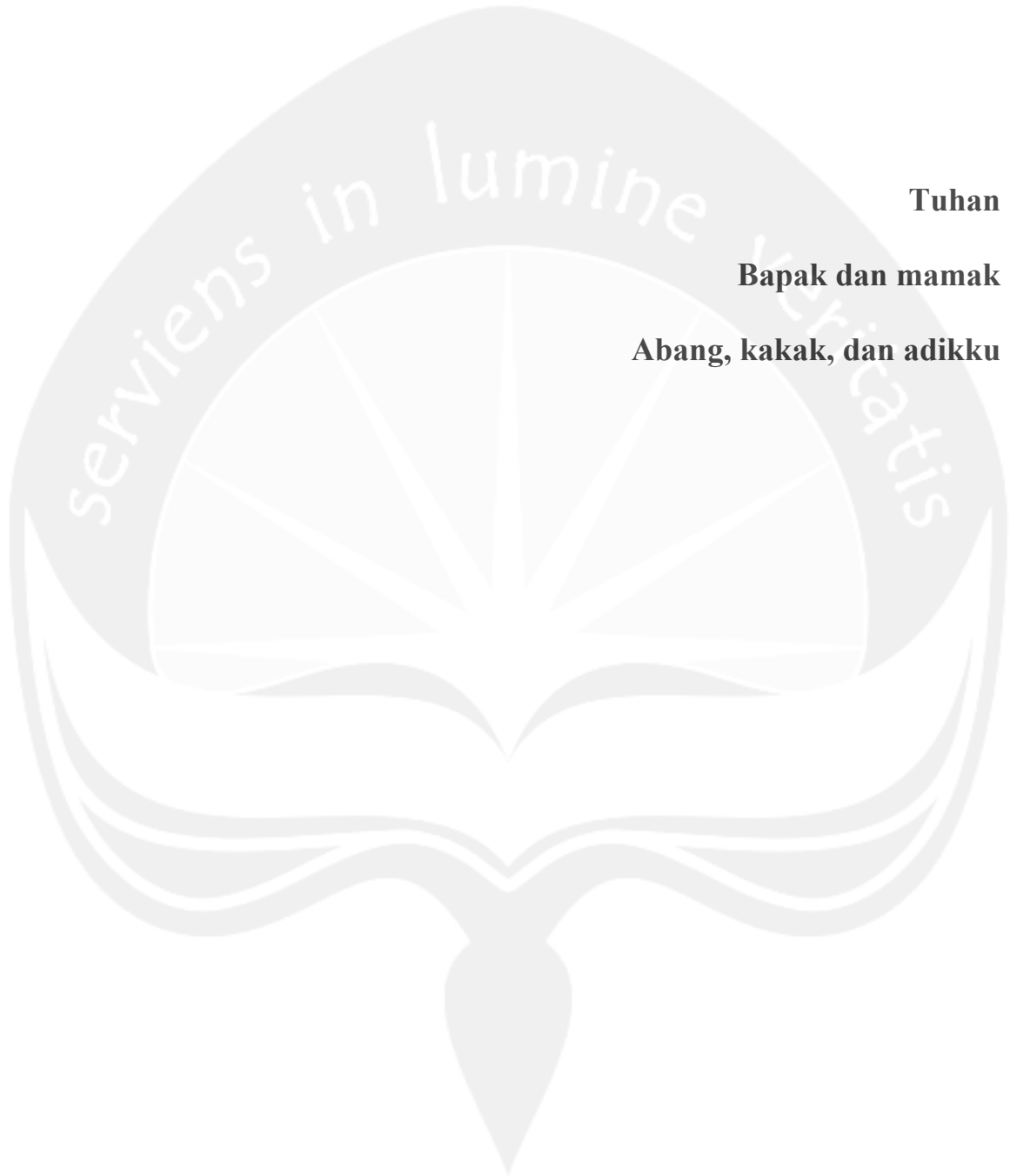


**Skripsi ini saya persembahkan untuk mereka yang saya  
cintai, sayangi, dan kasihi:**

**Tuhan**

**Bapak dan mamak**

**Abang, kakak, dan adikku**



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	2
1.3. Tujuan Penelitian .....	3
1.4. Manfaat Penelitian .....	4
1.5. Penelitian Terdahulu .....	4
1.6. Metode Penelitian .....	7
1.7. Sistematika Penulisan .....	10

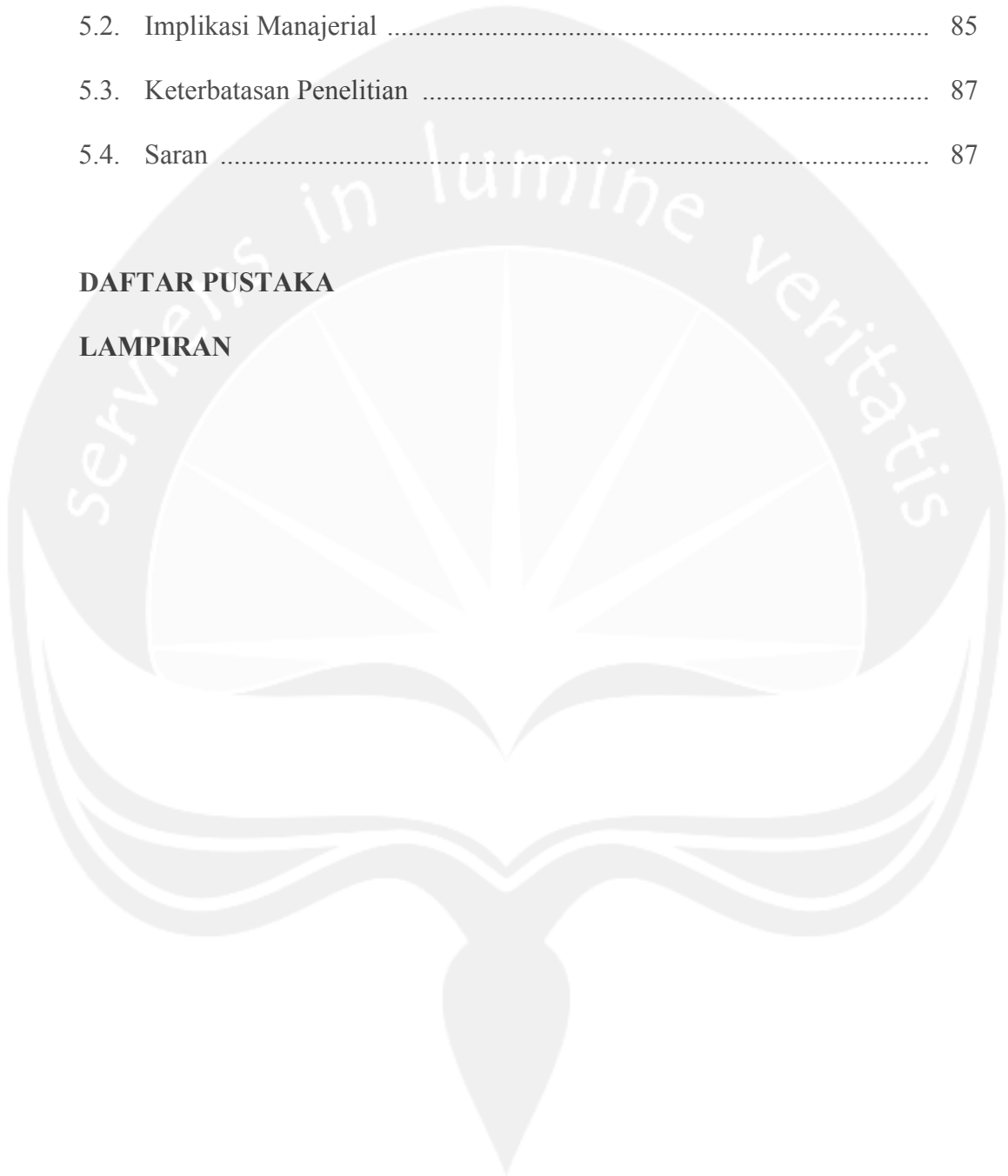
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1. Ekonomi Kreatif dan Industri Kreatif Indonesia .....	11
2.2. Industri Fesyen Indonesia .....	12
2.3. Distro dan <i>Clothing Company</i> .....	13
2.4. Manajemen Strategi .....	15
2.5. Strategi Pemasaran .....	17
2.6. Proses Manajemen Strategi .....	18
2.7. Tahapan Penyusunan Strategi .....	20
2.7.1. Analisis Lingkungan Internal .....	20
2.7.2. Analisis Lingkungan Eksternal .....	21
2.8. Formulasi Strategi .....	27
2.8.1. <i>The Input Stage</i> : Matriks EFE dan Matriks IFE .....	28
2.8.2. <i>The Matching Stage</i> : Matriks IE dan Matriks SWOT .....	32
2.8.3. <i>Decision Stage</i> : QSPM ( <i>Quantitative Strategic Planning</i> <i>Matrix</i> ) .....	35
2.9. Strategi Pemasaran .....	36
2.10. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	38
2.11. Porter's <i>Generic Strategic</i> .....	40
 <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	 <b>44</b>
3.1. Kerangka Pemikiran Penelitian .....	45
3.1.1. Objek Penelitian .....	46
3.1.2. Identifikasi Masalah .....	46

3.1.3. Pengumpulan Data .....	46
3.1.4. Pengolahan Data .....	48
3.1.5. Analisis Data .....	49
<b>BAB IV PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
4.1. Gambaran Umum Nimco Indonesia .....	54
4.1.1. Sejarah singkat Nimco Indonesia .....	54
4.1.2. Visi dan Misi Nimco Indonesia .....	54
4.1.3. Struktur Organisasi .....	55
4.2. Analisis Lingkungan Perusahaan .....	57
4.2.1. Analisis Lingkungan Internal .....	57
4.2.2. Analisis Lingkungan Eksternal .....	62
4.3. Identifikasi Faktor-faktor Strategis Internal dan Eksternal Nimco Indonesia .....	68
4.3.1. Faktor Strategis Internal .....	68
4.3.2. Faktor Strategis Eksternal .....	69
4.4. Formulasi Strategi .....	69
4.4.1. Analisis Lingkungan Internal (IFE) .....	69
4.4.2. Analisis Lingkungan Eksternal (EFE) .....	73
4.4.3. Analisis Lingkungan Internal Eksternal (IE) .....	75
4.4.4. Analisis Matriks SWOT .....	77
4.4.5. Analisis <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM) .....	79

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>83</b>
5.1. Kesimpulan .....	83
5.2. Implikasi Manajerial .....	85
5.3. Keterbatasan Penelitian .....	87
5.4. Saran .....	87

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**





## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Contoh Tabel Matriks IFE .....	29
Tabel 2.2.	Contoh Tabel Matriks EFE .....	31
Tabel 2.3.	Contoh Tabel Matriks IE .....	34
Tabel 2.4.	Matriks SWOT .....	35
Tabel 2.5.	Tabel tiga jenis Strategik Generik .....	41
Tabel 4.1.	Analisis Faktor Internal Nimco Indonesia .....	68
Tabel 4.2.	Analisis Faktor Eksternal Nimco Indonesia .....	69
Tabel 4.3.	Tabel Matriks IFE Nimco Indonesia .....	71
Tabel 4.4.	Tabel Matriks EFE Nimco Indonesia .....	73
Tabel 4.5.	Analisis SWOT Nimco Indonesia .....	78
Tabel 4.6.	Analisis QSPM Nimco Indonesia .....	80

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	Surat Keterangan Penelitian
Lampiran	II	Kuesioner Penelitian
Lampiran	III	Data Kuesioner Penelitian
Lampiran	IV	Matriks IFE dan Matriks EFE
Lampiran	V	Tabel QSPM



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN  
DENGAN MENGGUNAKAN METODE QSPM  
(QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX)  
DI NIMCO INDONESIA**

**Disusun Oleh:  
Rido Pujima Eli Chandra Purba  
NPM: 110319316**

**Pembimbing  
E. Kusumadmo, MM., Ph.D.**

**Abstrak**

Dunia fesyen di Indonesia semakin berkembang mengingat keseriusan pemerintah untuk menggalakkan ekonomi kreatif yang semakin tinggi. Salah satu industri yang bergerak di bidang fesyen saat ini yaitu industri *clothing* atau yang lebih dikenal dengan distro. Nimco Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri tersebut. Banyaknya *clothing company* saat ini menyebabkan tingkat persaingan yang sangat tinggi dalam industri tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan alternatif strategi pemasaran yang tepat dan mendapatkan urutan prioritas strategi pemasaran bagi Nimco Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* dengan melakukan evaluasi pilihan alternatif secara objektif, menetapkan daya tarik, lalu memutuskan strategi yang terbaik. Metode ini dilakukan dengan tiga tahap yaitu *input stage* dengan matriks IFE dan EFE, dilanjutkan *matching stage* yaitu matriks IE. Tahap terakhir yaitu *decision stage* dengan metode QSPM.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat sepuluh alternatif strategi dengan tiga prioritas strategi tertinggi yaitu meningkatkan kualitas produk, mengembangkan varian dan desain produk, dan menetapkan strategi harga pasar dalam menghadapi persaingan.

Kata kunci: fesyen, manajemen strategi, *Quantitative Strategic Planning Matrix*.