

**PENENTUAN STRATEGI BISNIS PADA BISNIS PAKAIAN WHATEVER
MENGUNAKAN *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX***

SKRIPSI



JULIUS HENDRICK WIBISONO

18.D1.0263

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2022

SKRIPSI
PENENTUAN STRATEGI USAHA BERAS SUMBERWARAS
DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT

Diajukan demi memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen
di
Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang



Oleh :
JULIUS HENDRICK WIBISONO
18.D1.0263

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2022

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

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

**PENENTUAN STRATEGI BISNIS PADA BISNIS PAKAIAN WHATEVER
MENGUNAKAN *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX***

menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan atau bentuk – bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.

Semarang, 9 Mei 2022

Yang menyatakan,



Julius Hendrick Wibisono



HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir: : PENENTUAN STRATEGI BISNIS PADA BISNIS PAKAIAN
WHATEVER MENGGUNAKAN QUANTITATIVE STRATEGIC
PLANNING MATRIX

Diajukan oleh : Julius Hendrick Wibisono
NIM : 18.D1.0263
Tanggal disetujui : 20 Mei 2022
Telah setuju oleh
Pembimbing : A. Eva Maria Soekesi S.E., M.M.
Penguji 1 : Menick Srining Prapti S.E., M.Si.
Penguji 2 : Eny Trimeiningrum S.E., M.S.I.
Penguji 3 : A. Eva Maria Soekesi S.E., M.M.
Ketua Program Studi : Dr. Widuri Kurniasari S.E., M.Si.
Dekan : Drs. Theodorus Sudimin M.S.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=18.D1.0263

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Julius Hendrick Wibisono

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneklusif atas karya ilmiah yang berjudul

“PENENTUAN STRATEGI BISNIS PADA BISNIS PAKAIAN WHATEVER MENGGUNAKAN *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX*”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 30 Juni 2022

Yang menyatakan



Julius Hendrick Wibisono

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan limpahan hikmat-Nya maka penulis dimampukan untuk menuntaskan usulan penelitian yang berjudul “Penentuan Strategi Bisnis Pada Bisnis Pakaian Whatever Dengan Menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix*”.

Sepenuhnya penulis sadar bahwa penulisan usulan penelitian ini tidak lain adalah karena bimbingan, petunjuk, pemberian data yang mmiliki kaitan dengan skripsi ini serta suntikan semangat dari banyak pihak. Maka dari itu, kali ini penulis dengan tulus memberikan rasa terimakasih dari lubuk hati paling dalam yang setulus-tulusnya kepada:

1. Eva Maria Soekesi S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah membantu penulis untuk menyusun penelitian.
2. Drs. Theodorus Sudimin, MSi. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata.
3. Keluarga yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis untuk dapat segera menuntaskan skripsi.
4. Nike Raissa D. N. serta teman - teman penulis yang telah memberikan dukungan dan motivasi untuk menuntaskan skripsi.

Penulis menyadari dengan masih ada banyaknya kelemahan dan kekurangan yang terkandung dalam usulan penelitian ini. Dengan segenap kerendahan diri ini, penulis berharap adanya kritik serta masukan yang konstruktif untuk tujuan penyempurnaan penulisan kedepannya. Akhir kata penulis berharap agar dengan adanyaskripsi ini dapat memberikan manfaat nyata bagi pihak yang terdampak.

Semarang, 30 Juni 2022



Julius Hendrick Wibisono

ABSTRAK

Whatever berdiri sudah sejak April 2021, merupakan toko yang menjual kaos dengan *fitting oversized* dan memiliki berbagai macam *design*. Permasalahan yang dialami oleh Whatever adalah terjadinya penurunan penjualan. Atas dasar permasalahan tersebut, dibutuhkan adanya perumusan strategi terbaik yang bisa diterapkan oleh Whatever untuk meningkatkan penjualan. Menemukan strategi alternatif terbaik adalah tujuan dari penelitian ini.

Metode QSPM digunakan untuk menentukan strategi alternatif terbaik diantara 6 strategi yang sudah dirumuskan. Terdapat 3 orang pemilik dan 22 orang konsumen yang menjadi responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan kuisioner yang akan diisi oleh seluruh responden.

Adapun penelitian ini memanfaatkan penggunaan matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, matriks SWOT, dan QSPM dalam pengolahan data yang dihimpun. Hasil penelitian pada matriks IE menunjukkan bahwa strategi yang disesuaikan adalah Grow and Build (penetrasi pasar & pengembangan produk). Lalu dari matriks SWOT didapatkan 6 strategi alternatif yang kemudian akan ditentukan strategi alternatif terbaik pada matriks QSPM. Hasil dari matriks QSPM yaitu Strategi WO 2 (Menambah desain produk yang mengangkat tema daerah) menjadi strategi alternatif yang paling baik untuk diterapkan oleh Whatever.

Kata Kunci: matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, matriks SWOT, QSPM

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1. 1. Latar Belakang.....	1
1. 2. Perumusan masalah.....	6
1. 3. Tujuan dan Manfaat.....	6
BAB II LANDASAN TEORITIS	7
2. 1. Kewirausahaan.....	7
2. 2. Pertumbuhan Penjualan.....	7
2. 3. Analisis SWOT.....	9
2. 4. Manajemen Strategi.....	9
2. 5. Matriks EFE.....	11
2. 6. Matriks IFE.....	11
2. 7. Matriks IE.....	12
2. 8. Strategi.....	13
2. 9. Matriks SWOT.....	15
2. 10. Matriks QSPM.....	16
2. 11. Penelitian Terdahulu.....	17
2. 12. Kerangka Pikir.....	19
2. 13. Definisi Operasional.....	20
2. 13. 1. Analisis Lingkungan Internal.....	20
2. 13. 2. Analisis Lingkungan Eksternal Berdasarkan PESTEL.....	24
BAB III Metode Penelitian.....	28
3. 1. Obyek dan Lokasi Penelitian.....	28

3. 2.	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	28
3. 3.	Metode Pengumpulan Data.....	29
3. 3. 1.	Jenis dan Sumber Data.....	29
3. 3. 2.	Teknik Pengumpulan Data	30
3. 4.	Analisis Data.....	31
3. 4. 1.	Alat Analisis Data.....	31
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		42
4. 1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	42
4. 2.	Analisis Data.....	42
4. 2. 1.	Gambaran Umum Responden berdasarkan Jenis Kelamin, Usia dan Pekerjaan.....	42
4. 2. 2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia, Jenis Kelamin dan Pekerjaan.....	42
4. 3.	Pembahasan.....	43
4. 3. 1.	Tanggapan Responden Terhadap <i>Strength Whatever</i>	43
4. 3. 2.	Tanggapan Responden Terhadap <i>Weakness Whatever</i>	45
4. 3. 3.	Tanggapan Responden Terhadap <i>Opportunity Whatever</i>	47
4. 3. 4.	Tanggapan Responden Terhadap <i>Threat Whatever</i>	49
4. 3. 5.	Matrix Internal Factor Evaluation.....	52
4. 3. 6.	Matrix External Factor Evaluation (EFE)	60
4. 3. 7.	Matriks Internal – Eksternal	67
4. 3. 8.	Matrix SWOT.....	69
4. 3. 9.	Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)	72
DAFTAR PUSTAKA		90
LAMPIRAN.....		92

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matriks EFE	11
Tabel 2. 2 Matriks IFE	12
Tabel 2. 3 Jenis – Jenis Strategi	14
Tabel 2. 4 Matriks SWOT	16
Tabel 2. 5 Matriks QSPM	17
Tabel 2. 6 Penelitian Terdahul.....	17
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia, Jenis Kelamin dan Pekerjaan..	
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Konsumen Mengenai Strength Whatever	
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Konsumen Mengenai Weakness Whatever	
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Konsumen Mengenai Opportunity Whatever	
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Konsumen Mengenai Threat Whatever	
Tabel 4. 6 Rata-Rata Bobot Matrix IFE	
Tabel 4. 7 Modus Rating Matrix IFE	
Tabel 4. 8 Matrix IFE	
Tabel 4. 9 Rata-Rata Bobot Matrix EFE	
Tabel 4. 10 Modus Rating Matrix EFE	
Tabel 4. 11 Matrix EFE	
Tabel 4. 12 Matriks SWOT	
Tabel 8. 1 Matriks IFE	35
Tabel 8. 2 Matriks EFE.....	36
Tabel 8. 3 Matriks SWOT	38
Tabel 8. 4 Matriks QSPM	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penjualan Whatever Bulan April – September 2021.....	5
Gambar 4. 1 Matriks Internal Eksternal.....	13
Gambar 6. 1 Kerangka Penelitian.....	20
Gambar 8. 1 Matriks Internal Eksternal.....	37



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Pertanyaan Wawancara dengan Owner Whatever.....	92
Lampiran 2: Kuesioner Penentuan Bobot dan Rating Untuk Pemilik Whatever	98
Lampiran 3: Kuesioner Untuk Konsumen Whatever.....	104
Lampiran 4: Tabel Robert V. Krejcie & Daryle W. Morgan Error! Bookmark not defined.	
Lampiran 5: Tabel Tanggapan Responden Konsumen Mengenai Strength dan Weakness Whatever.....	107
Lampiran 6: Data Responden Pemilik	107
Lampiran 7: Data Responden Konsumen	108

