

**USULAN STRATEGI PERUSAHAAN UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN BUKU PENDAMPING SMP KURIKULUM 2013**

(Studi Kasus : CV. HASAN PRATAMA)



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik**

Oleh:

MUHAMMAD RADHITYA INDRAWAN

D600140060

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

**USULAN STRATEGI PERUSAHAAN UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN BUKU PENDAMPING SMP KURIKULUM 2013
(Studi Kasus : CV. HASAN PRATAMA)**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:


MUHAMMAD RADHITYA INDRAWAN

D600140060

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen

Pembimbing



Much. Djuraidi. ST., MT

NIK .891

HALAMAN PENGESAHAN

**USULAN STRATEGI PERUSAHAAN UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN BUKU PENDAMPING SMP KURIKULUM 2013
(Studi Kasus : CV. HASAN PRATAMA)**

Telah Dipertahankan pada Sidang Pendadaran Tugas Akhir Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta Dihadapan Dewan Penguji

Hari/ Tanggal : SENIN, 6 AGUSTUS 2018

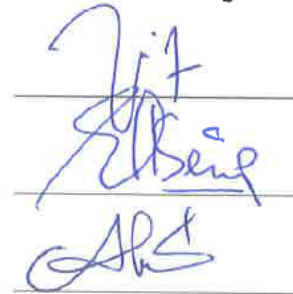
Jam : 08.00 WIB

Menyetujui

Tim Penguji

1. Much. Djunaidi , ST., MT.
(Ketua Dewan Penguji)
2. Eko Setiawan, ST.,MT.,Ph.D.
(Anggota 1 Dewan Penguji)
3. Ahmad Kholid Alghofari, ST., MT.
(Anggota 2 Dewan Penguji)

Tanda Tangan



Dekan Fakultas Teknik



(Ir. Sri Sunarjono, MT.,Ph.D)

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 12 Juli 2018

Penulis



MUHAMMAD RADHITYA INDRAWAN

D 600 140 060

**USULAN STRATEGI PERUSAHAAN UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN BUKU PENDAMPING SMP KURIKULUM 2013
(Studi Kasus : CV. HASAN PRATAMA)**

Abstrak

Penjualan buku pendamping di CV.Hasan Pratama pada empat semester terakhir menunjukkan penurunan, terutama pada penjualan buku pendamping SMP kurikulum 2013. Perumusan strategi dengan menggunakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan yang diolah dengan menggunakan matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*), EFE (*External Factor Evaluation*), matriks SWOT, dan terakhir matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Hasil dari pengolahan berbagai metode tersebut menghasilkan beberapa strategi usulan yaitu meningkatkan kualitas buku, dari segi bahan, kerapian, isi, *cover*, dan harga, kemudian pengembangan pasar dengan menggunakan distributor yang sama di suatu daerah, melakukan pengujian mutu buku sesuai standar yang ditetapkan pemerintah, melakukan pengembangan produk baru dengan segmen pasar yang berbeda, meningkatkan kualitas SDM khususnya dibagian redaksional, dan membangun relasi yang lebih baik dengan pemasok bahan baku.

Kata Kunci : Faktor Internal, Faktor Eskternal, SWOT, QSPM

Abstract

Sales of companion books of CV.Hasan Pratama in the last four semesters show a decline, especially in the sales of companion books in the junior high school curriculum in 2013. The formulation of strategies using the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the company is processed by using IFE (Internal Factor Evaluation) matrix, EFE (External Factor Evaluation) matrix, SWOT matrix, and lastly QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). The results of the processing of various methods resulted in several proposed strategies that improved the quality of the book, in terms of materials, neatness, content, cover, and price, then market development by using the same distributor in an area, conducting book quality testing in accordance with the standards set by the government, developing new products with different market segments, improving the quality of human resources, especially in editorial sections, building better relationships with raw material suppliers.

Keywords: Internal Factors, External Factors, SWOT, QSPM

1. PENDAHULUAN

Melihat potensi perusahaan menjadi sangat penting untuk dapat memaksimalkan kelebihan maupun menutupi kelemahan perusahaan. Selain memanfaatkan potensi dari dalam perusahaan, untuk mencapai kesuksesan dalam menentukan strategi

pemasaran yang baik adalah dengan memperhatikan lingkungan sekitar perusahaan atau faktor eksternal. Mengetahui potensi perusahaan juga dapat memberikan strategi yang tepat dalam memasarkan produk perusahaan. Menurut A. Halim, strategi merupakan suatu cara dimana sebuah lembaga atau organisasi akan mencapai tujuannya sesuai peluang dan ancaman dari luar, serta kemampuan dari dalam dan sumber daya yang dimiliki.

Tidak stabilnya penjualan produk dari CV. Hasan Pratama yang berupa buku pendamping siswa dengan merek dagang MAESTRO khususnya untuk tingkat SMP dengan berbasis kurikulum K13 membuat menarik untuk diteliti. Perlu adanya usulan alternatif strategi perusahaan untuk menstabilkan bahkan meningkatkan penjualan dari buku pendamping siswa SMP K13. Alternatif strategi tersebut disusun menggunakan faktor internal dan eksternal perusahaan yang kemudian diolah dengan metode SWOT serta metode QSPM.

2. METODE

Objek penelitian adalah faktor internal dan faktor eksternal perusahaan di CV. Hasan Pratama. Pengambilan dan pengolahan data dilakukan melalui beberapa tahapan, mulai dari wawancara, pembagian kuesioner, dan pengolahan.

Data didapatkan dengan cara wawancara langsung dengan pihak pemasaran CV. Hasan Pratama. Hasilnya adalah berupa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Kuesioner dibagikan kepada bagian pemasaran dengan jumlah responden sebanyak 2 orang. Kuesioner berupa pembobotan dan peringkat dari faktor-faktor internal maupun eksternal perusahaan yang telah didapatkan dari proses wawancara sebelumnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kekuatan dan kelemahan (faktor internal) serta peluang dan ancaman (faktor eksternal) di masukan ke dalam sebuah matriks IFE dan EFE. Matriks ini berisikan bobot, peringkat dan keterangan. Kekuatan dan kelemahan tersebut dimasukan dalam

sebuah matriks internal IFE (*Internal Factor Evaluation*). Sedangkan peluang dan ancaman dimasukkan ke dalam matriks EFE (*External Factor Evaluation*).

Tabel 1 Faktor Internal CV. Hasan Pratama

	FAKTOR INTERNAL	PERINGKAT	BOBOT	SKOR TERBOBOT
NO	KEKUATAN			
1	Redaksional memiliki database naskah buku	5	0,10	0,50
2	Kualitas dan mutu buku terjamin	4,5	0,04	0,19
3	Stok bahan baku (kertas) tidak terjadi keterlambatan	5	0,04	0,21
4	Informasi dari konsumen ke perusahaan sangat baik	4,5	0,04	0,20
5	Pengakuan konsumen atas merek	5	0,09	0,43
6	Pembaruan <i>cover</i> dan isi buku di setiap semester	4,5	0,07	0,30
7	Keuangan (finansial) perusahaan baik	5	0,06	0,29
8	Pembuatan buku ditangani redaksional sesuai bidang keilmuan	5	0,06	0,30
NO	KELEMAHAN			
1	Harga buku 10% lebih mahal dari harga kompetitor	3	0,12	0,35
2	Bagian produksi tidak bisa menghandel seluruh produksi buku	2	0,10	0,20
3	Jam operasional pabrik kurang	2,5	0,10	0,26
4	Sering terjadi keterlambatan cetak	3	0,8	0,24
5	<i>Payback cash</i> kepada distributor lebih rendah 10% dari kompetitor lain	2,5	0,10	0,24
	TOTAL			3,72

Dapat diketahui bahwa kekuatan yang paling besar dari perusahaan CV. Hasan Pratama adalah faktor kekuatan nomer satu yaitu redaksional memiliki database naskah buku dengan nilai skor terbobot sebesar 0,50. Kelemahan yang paling berarti pada CV. Hasan Pratama adalah bagian produksi yang tidak bisa menghandel seluruh produksi buku, dengan ditunjukkan skor terbobot hanya sebesar 0,20

Tabel 2 Faktor Eksternal CV. Hasan Pratama

	FAKTOR EKSTERNAL	PERINGKAT	BOBOT	SKOR TERBOBOT
NO	PELUANG			
1	Penggunaan K13 meningkat setiap tahun	3,5	0,05	0,16
2	Kualifikasi atau uji mutu dari pemerintah	4,5	0,11	0,50
3	Guru mencari buku yang banyak latihan soal	4,5	0,08	0,36
4	Penggunaan dana BOS untuk buku yang direkomendasi pemerintah	3	0,06	0,18
5	Proyek atau tender dari pemerintah untuk pengadaan buku pembelajaran	4	0,04	0,17
NO	ANCAMAN			
1	Kebijakan pemerintah yang berubah-ubah mengenai kurikulum pendidikan	1	0,18	0,18
2	Revisi Kurikulum K13	1	0,09	0,09
3	Dana BOS hanya dikhususkan untuk buku rekomendasi dari pemerintah	2	0,07	0,15
4	Pengujian kelayakan buku pendamping oleh pemerintah	2,5	0,10	0,25
5	Beredarnya buku dari pemerintah	2	0,09	0,18
6	Bahan baku bergantung sepenuhnya dari pemasok	1,5	0,13	0,20
	TOTAL			2,41

Peluang yang paling besar perusahaan berdasarkan nilai skor terbobot adalah peluang mengenai kualifikasi atau uji mutu dari pemerintah, dengan nilai skor terbobot sebesar 0,50, dengan rincian skor peringkat atau rating sebesar 4,5 serta bobot sebesar 0,11. Sedangkan, ancaman yang dirasa paling besar adalah pengujian buku pendamping dari pemerintah, dengan skor terbobot sebesar 0,25. Meskipun pengujian mutu dari pemerintah menjadi peluang terbesar, tetapi juga menjadi ancaman terbesar.

Posisi perusahaan dapat ditentukan berdasarkan nilai total skor terbobot yang sudah diolah pada matriks IFE dan EFE. Matriks yang digunakan untuk menentukan

posisi perusahaan adalah dengan menggunakan Matriks Internal Eksternal, Matriks ini berisikan 9 sel yang masing-masing sel berisikan strategi-strategi perusahaan. Berikut adalah matriks internal eksternal untuk CV. Hasan Pratama.

		IFE				
		Kuat		Sedang		Lemah
		5	4	3	2	1
EFE	Tinggi	5	I	II	III	
		4	IV		V	VI
	Rendah	3	VII		VIII	IX
		2				
		1				

Gambar 1 Matriks Internal Eksternal CV. Hasan Pratama

Berdasarkan matriks internal eksternal diatas, perusahaan CV. Hasan Pratama berada di posisi kuadran IV, Menurut Hunger dan Wheelan (2012;203) pada kuadran ini berisikan usulan strategi “stabilitas”, strategi yang diambil oleh CV. Hasan Pratama nantinya adalah strategi yang tidak terlalu ekstrim.

Pada QSPM harus ditentukan nilai AS dan juga nilai TAS. Nilai AS adalah nilai keterkaitan antara faktor internal maupun eksternal dengan strategi yang sedang dipertimbangkan. Sedangkan nilai TAS adalah hasil perkalian dari nilai bobot masing-masing faktor eksternal maupun internal dengan nilai AS. Berdasarkan penghitungan dari matriks QSPM CV. Hasan Pratama, maka dapat diketahui bahwa terdapat beberapa prioritas strategi yang menjadi usulan strategi kedepannya bagi CV. Hasan Pratama untuk meningkatkan penjualan buku pendamping SMP K13. Prioritas *pertama* adalah “meningkatkan kualitas buku, dari segi bahan, kerapian, isi, *cover*, dan harga”. Prioritas *kedua* adalah “pengembangan pasar dengan menggunakan distributor yang sama di suatu daerah”. Prioritas *ketiga*. adalah strategi “melakukan pengujian mutu buku sesuai standar yang ditetapkan pemerintah”. Prioritas *keempat* yaitu strategi “melakukan pengembangan produk baru dengan segmen pasar yang berbeda”. Prioritas *kelima*. yaitu “meningkatkan kualitas SDM khususnya dibagian

redaksional”. Prioritas *terakhir* adalah “membangun relasi yang lebih baik dengan pemasok bahan baku”.

Tabel 3 Matriks QSPM CV. Hasan Pratama

NO	FAKTOR KUNCI	BOBOT	S1	S2	S3	S4	S5	S6
			TAS	TAS	TAS	TAS	TAS	TAS
INTERNAL								
1	Redaksional memiliki database naskah buku	0,10	0,30	0,10	0,20	0,40	0,00	0,10
2	Kualitas dan mutu buku terjamin	0,04	0,17	0,12	0,17	0,17	0,00	0,08
3	Stok bahan baku (kertas) tidak terjadi keterlambatan	0,04	0,04	0,00	0,00	0,13	0,17	0,00
4	Informasi dari konsumen ke perusahaan sangat baik	0,04	0,00	0,18	0,13	0,13	0,00	0,09
5	Pengakuan konsumen atas merek	0,09	0,00	0,34	0,34	0,34	0,00	0,26
6	Pembaruan <i>cover</i> dan isi buku di setiap semester	0,07	0,20	0,20	0,20	0,27	0,00	0,20
7	Keuangan (finansial) perusahaan baik	0,06	0,00	0,00	0,23	0,12	0,17	0,00
8	Pembuatan buku ditangani redaksional sesuai bidang keilmuan	0,06	0,18	0,06	0,24	0,24	0,00	0,24
9	Harga buku 10% lebih mahal dari harga kompetitor	0,12	0,00	0,35	0,12	0,35	0,00	0,00
10	Bagian produksi tidak bisa menhandel seluruh produksi buku	0,10	0,00	0,00	0,00	0,10	0,00	0,00
11	Jam operasional pabrik kurang	0,10	0,00	0,00	0,00	0,31	0,00	0,00
12	Sering terjadi keterlambatan cetak	0,08	0,00	0,00	0,00	0,08	0,00	0,33
13	<i>Payback cash</i> kepada distributor lebih rendah 10% dari kompetitor lain	0,10	0,00	0,29	0,00	0,00	0,00	0,00
EKSTERNAL								
1	Penggunaan K13 meningkat setiap tahun	0,05	0,14	0,18	0,09	0,14	0,00	0,14
2	Kualifikasi atau uji mutu dari pemerintah	0,11	0,45	0,34	0,11	0,45	0,00	0,45
3	Guru mencari buku yang banyak latihan soal	0,08	0,00	0,32	0,16	0,32	0,00	0,32
4	Penggunaan dana BOS untuk buku yang direkomendasi pemerintah	0,06	0,00	0,18	0,23	0,00	0,00	0,06
5	Proyek atau tender dari pemerintah untuk pengadaan buku pembelajaran	0,04	0,13	0,13	0,17	0,17	0,00	0,00
6	Kebijakan pemerintah yang berubah-ubah mengenai kurikulum pendidikan	0,18	0,70	0,00	0,35	0,35	0,00	0,00
7	Revisi Kurikulum K13	0,09	0,37	0,00	0,00	0,09	0,00	0,00
8	Dana BOS hanya dikhususkan untuk buku rekomendasi dari pemerintah	0,07	0,22	0,22	0,30	0,00	0,00	0,00
9	Pengujian kelayakan buku pendamping oleh pemerintah	0,10	0,40	0,40	0,10	0,00	0,00	0,30
10	Beredarnya buku dari pemerintah	0,09	0,26	0,26	0,00	0,00	0,00	0,00
11	Bahan baku bergantung sepenuhnya dari pemasok	0,13	0,00	0,00	0,00	0,13	0,52	0,00
TOTAL TAS			3,56	3,68	3,15	4,29	0,87	2,56
PRIORITAS			3	2	4	1	6	5

4. PENUTUP

Berdasarkan penelitian mengenai usulam strategi perusahaan CV. Hasan Pratama untuk meningkatkan penjualan produk buku pendamping SMP kurikulum 2013 maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Nilai pada matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) menunjukkan nilai skor terbobot sebesar 3,72 dan nilai pada matriks *External Factor Evaluation* (EFE) menunjukkan total skor terboot sebesar 2,41 Posisi perusahaan berada di kuadran IV (empat) berdasarkan matriks internal eksternal. Kuadran IV berisikan strategi perusahaan “stabilitas dan maju dengan perlahan atau hati-hati”. Penentuan usulan strategi berdasarkan pengerjaan matriks *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) menghasilkan beberapa prioritas usulan strategi. Prooritas tertinggi untuk dijadikan usulan strategi perusahaan adalah “meningkatkan kualitas buku, dari segi bahan, kerapian, isi, *cover*, dan harga”. Kemudian prioritas kedua usulan strategi adalah “pengembangan pasar dengan menggunakan distributor yang sama di suatu daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan. 2010. *Manajemen Pemasaran (Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran)*. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. Yogyakarta.
- David, Meredith E., Forest R David., Fred R David. 2009. *The Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Applied To A Retail Computer Store*. The Coastal Business Journal. Volume 8 (1):42-52.
- Fahmi, Irham. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung : Alfabeta.
- Febrianti, Oei Venny., Marcellia Susan. 2014. Usulan Alternatif Strategi PT. X Menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). *E-Journal Graduate Unpar*. Volume 1 (1):1-12.
- Ghosiyan, Asghar., Mahsa Ebadi., Asma Shojazedah. 2015. The Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Applied To Sport in West Azerbaijan Province. *International Journal of Sport Studies*. Volume 5 (1):124-128.

- Gupta, Mahima., Charu Shri., Anshu Agrawal. 2015. Strategy Formulation Performance Improvement of Indian Corrugated Industry : An Application of SWOT Analysis and QSPM Matrix. *Journal of Applied Packaging Research*. Volume 7 (3):60-75.
- Hitt, Michael A., Duene R Ireland., Robert Hoskisson. 2002. *Manajemen Strategis Daya Saing & Globalisasi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Hunger, David J., Wheelen, Thomas L. 2012. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Manap, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Noor, Syamsudin. 2014. Penerapan Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio Di Malang (Studi Kasus Pada PT. Astra International Tbk.- Daihatsu Malang). *Jurnal INTEKNA*. Nomer 2:102-209.
- Rangkuti, Fredi. 2004. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Richard, A. De Fretes, Purnomo B. Santoso, Rudy Soenoko, Murty Astuti. 2013. Strategi Perencanaan dan Pengembangan Industri Pariwisata dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM (Studi Kasus Leitimur Selamatan Kota Ambon). *Jurnal Rekayasa Mesin* Vol.4, No.2, Tahun 2013:109-118.
- Saaty, L. Thomas. 1993. *Pengambilan Keputusan Bagi Para Pemimpin*. Jakarta : Pustaka Binaman Presindo
- Setyorini, Hanny., Mas'ud Effendi., Imam Santoso. 2016. Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (studi kasus Restoran WS. Soeakrno Hatta Malang). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*. Volume 5 (1) : 46-53.
- Supranto, Johannes. 2013. *Riset Operasi Untuk Pengambilan Keputusan* Edisi 3. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Taslimi, Mohammad Saeed., Ali Kaab Omyer., Sakineh Arabkooshan. 2014. Formulating a Strategy Through Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) based on SWOT framework (Case Study : Industrial Group of Barez

Tires). *International Journal of Economy, Management and Social Science*.
Volume 3 (8) : 451-457.

Zulkarnaen, Halim Oky dan Sutopo. 2013. Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah (UMKM) Makanan Ringan (Studi Penelitian UMKM Snack Barokah di Solo). *Diponegoro Journal of Management*. Vol.2. No.2:1-13.