

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PENJUALAN PRODUK JASA  
PARIWISATA DENGAN PENDEKATAN *QUANTITATIVE STRATEGIC  
PLANNING MATRIX* (QSPM)  
(Studi Kasus di CV. Delta Berlian Holiday)**

Tugas Akhir untuk Skripsi S-1



Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Teknik  
Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

**Disusun Oleh :**

**BAYU DENY FARELLA**

**NIM : D600.100.003**

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2014**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PENJUALAN PRODUK JASA  
PARIWISATA DENGAN PENDEKATAN *QUANTITATIVE STRATEGIC  
PLANNING MATRIX (QSPM)***

**(Studi Kasus di CV. Delta Berlian Holiday)**

Tugas Akhir ini telah diterima dan disyahkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi S-1 untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta

Hari / Tanggal : Jum'at, 19 Desember 2014

Jam : 10.00 WIB

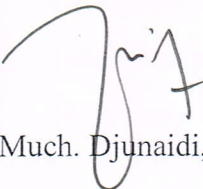
Disusun Oleh:

BAYU DENY FARELLA

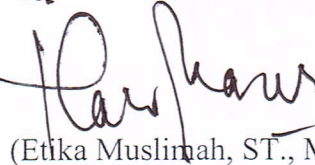
D600.100.003

Mengesahkan:

Dosen Pembimbing I

  
(Much. Djunaidi, ST., MT)

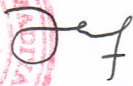
<sup>as</sup> Dosen Pembimbing II

  
(Etika Muslimah, ST., MM., MT)

Mengetahui,

Ketua Jurusan Teknik Industri



  
(Hafidh Munawir, ST., M.Eng)

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PENJUALAN PRODUK JASA PARIWISATA DENGAN PENDEKATAN *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX* (QSPM) (Studi Kasus di CV. Delta Berlian Holiday)” telah diuji dan dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Tugas Akhir sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta

Hari / Tanggal : Jum'at, 19 Desember 2014


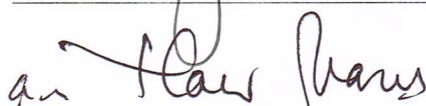
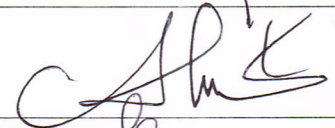
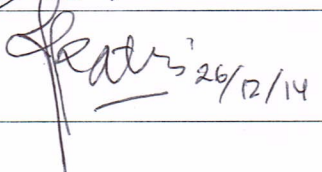
Jam : 10.00 WIB

Menyetujui,

Tim Penguji

1. Much. Djunaidi, ST., MT  
(Ketua)
2. Etika Muslimah, ST., MM., MT  
(Anggota)
3. A. Kholid Al Ghofari, ST., MT  
(Anggota)
4. Indah Pratiwi, ST., MT  
(Anggota)

Tanda Tangan

  
\_\_\_\_\_  
  
\_\_\_\_\_  
  
\_\_\_\_\_  
  
\_\_\_\_\_ 26/12/14

Mengetahui,

Dekan Fakultas Teknik

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



Ketua Jurusan Teknik Industri

(Hafidh Munawir, ST., M.Eng)



## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surakarta, 19 Desember 2014

Yang Menyatakan,



(Bayu Deny Farella)

## **MOTTO**

Mengakui kekurangan diri adalah tangga untuk mencapai cita-cita dan berusaha mengisi kekurangan tersebut adalah keberanian luar biasa.

(Hamka)

Sabar dalam menghadapi kesulitan dan bijaksana dalam mengatasinya adalah sesuatu yang utama.

(Anonim)

Hargai dan Sayangi apa yang kita miliki.

(Penulis)

## **PERSEMBAHAN**

Dengan segala kerendahan hati, penulis persembahkan karya ini untuk:

1. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu memberikan dukungan, semangat serta do'anya dengan tulus dan ikhlas.
2. Adek-adekku tersayang, Dhek Nisya dan Dhek Hanum yang selalu memberikan semangat untuk penulis.
3. Teman-teman Teknik Industri angkatan 2010.
4. Pembaca yang budiman.

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Penjualan Produk Jasa Pariwisata Dengan Pendekatan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) (Studi Kasus di CV. Delta Berlian Holiday)”. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik jurusan Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama dalam proses menyusun tugas akhir ini, penulis banyak menerima masukan dan saran dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Sri Sunarjono, M.T, Ph.D selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Hafidh Munawir, S.T, M.Eng selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Much. Djunaidi, ST., MT, dan Ibu Etika Muslimah ST., MM., MT, selaku pembimbing Tugas Akhir saya. Terimakasih banyak atas waktu, bimbingan, arahan dan motivasi yang luar biasa demi kemajuan Tugas Akhir penulis.
4. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Teknik Industri yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama menuntut ilmu di Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak dan Ibuku tersayang yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
6. Dhek Nisya Bonita dan Dhek Hanum Salsabila yang selalu memberikan kebahagiaan dan semangat untuk penulis.
7. Sayyidatun Nafisah yang selalu menemani penulis dalam penulisan Tugas Akhir ini.

8. Sahabatku (Kecuk Rachmanto, Dany Yunanto, dan'Oliya).
9. Teman-teman kontrakan Terapi Fisik.
10. Teman-teman Teknik Industri angkatan 2010 yang telah membantu menyelesaikan Tugas Akhir.

Dengan selesainya penyusunan Tugas Akhir ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Surakarta, 19 Desember 2014

Penulis,



Bayu Deny Farella



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAKSI .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Perumusan Masalah .....	3
1.3    Batasan Masalah .....	4
1.4    Tujuan Penelitian .....	5
1.5    Manfaat Penelitian .....	5
1.6    Sistematika Penulisan .....	6

## **BAB II LANDASAN TEORI**

2.1	Pengertian Pemasaran .....	8
1.	Definisi Strategi .....	8
2.	Definisi Pemasaran .....	8
3.	Strategi Pemasaran .....	11
2.2	Lingkungan Bisnis .....	13
1.	Lingkungan Internal .....	13
2.	Lingkungan Eksternal .....	15
2.3	Biro .....	15
1.	Pengertian Biro .....	15
2.	Fungsi Biro Perjalanan .....	16
2.4	<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> .....	17
1.	Tahap Pengumpulan Data .....	17
2.	Tahap Analisis .....	22
3.	Tahap Pengambilan Keputusan .....	23
2.4	Tinjauan Pustaka .....	25

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Obyek Penelitian .....	27
3.2	Metode Pengumpulan Data .....	27
1.	Wawancara .....	27
2.	Observasi.....	28
3.	Penentuan Sampel (Kuesioner) .....	28

4.	Studi Pustaka .....	29
3.3	Metode Pengolahan Data dan Analisa Data .....	30
1.	Analisa Deskriptif .....	30
2.	Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> .....	30
3.	Matriks <i>External Factor Evaluation</i> .....	32
4.	Matriks <i>Internal - External</i> .....	35
5.	Matriks <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> .....	36
6.	Usulan Strategi Pemasaran .....	38
3.4	Kerangka Pemecahan Masalah .....	39

#### **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	40
1.	Profil Perusahaan .....	40
2.	Struktur Organisasi .....	40
3.	Visi dan Misi .....	43
4.	Macam Paket Wisata .....	43
4.2	Kuesioner Konsumen .....	44
4.3	Analisis Lingkungan Internal .....	45
1.	<i>Segmentation, Targetting, dan Positioning</i> .....	45
2.	Elemen Bauran Pemasaran .....	46
4.4	Analisis Lingkungan Internal .....	54
1.	Faktor Internal Perusahaan .....	54
2.	Analisa Faktor Internal Perusahaan .....	55

3.	Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE) .....	59
4.5	Analisis Lingkungan Eksternal .....	63
1.	Lingkungan Jauh .....	63
2.	Lingkungan Industri .....	65
4.6	Analisis Lingkungan Eksternal .....	66
1.	Faktor Eksternal Perusahaan .....	66
2.	Analisa Faktor Eksternal Perusahaan .....	66
3.	Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE) .....	69
4.7	Analisis SWOT .....	72
4.8	Matriks <i>Internal - External</i> .....	75
1.	Strategi Penetrasi Pasar .....	76
2.	Strategi Pengembangan Produk .....	76
3.	Peningkatan Kualitas Manajemen Pelayanan .....	76
4.9	Analisis QSPM .....	77

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan .....	81
5.2	Saran .....	83

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Contoh Penggunaan Matriks Eksternal .....	19
Tabel 2.2	Contoh Penggunaan Matriks Internal .....	21
Tabel 2.3	Matriks QSPM .....	24
Tabel 3.1	Penilaian Bobot Faktor Strategi Internal Perusahaan .....	31
Tabel 3.2	Matriks IFE .....	32
Tabel 3.3	Penilaian Bobot Faktor Strategi Eksternal Perusahaan .....	33
Tabel 3.4	Matriks EFE .....	35
Tabel 3.5	QSPM ( <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> ) .....	37
Tabel 4.1	Hasil Kuesioner Variabel Produk .....	47
Tabel 4.2	Hasil Kuesioner Variabel Harga .....	50
Tabel 4.3	Hasil Kuesioner Variabel Tempat .....	52
Tabel 4.4	Hasil Kuesioner Variabel Promosi .....	53
Tabel 4.5	Hasil Pengisian Kuesioner Pembobotan IFE oleh Responden 1 .....	60
Tabel 4.6	Hasil Pengisian Kuesioner Peratingan IFE oleh Responden 1 .....	60
Tabel 4.7	Perhitungan Nilai Bobot Matriks IFE .....	61
Tabel 4.8	Perhitungan Nilai Peratingan Matriks IFE .....	61
Tabel 4.9	Hasil Perhitungan Skor Matriks IFE .....	62
Tabel 4.10	Hasil Pengisian Kuesioner Pembobotan EFE oleh Responden 1 .....	70

Tabel 4.11 Hasil Pengisian Kuesioner Peratingan EFE oleh Responden 1 .....	70
Tabel 4.12 Perhitungan Nilai Bobot Matriks EFE .....	71
Tabel 4.13 Perhitungan Nilai Peratingan Matriks EFE .....	71
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Skor Matriks EFE .....	72
Tabel 4.15 Strategi SWOT .....	74
Tabel 4.16 Hasil Pengisian Kuesioner QSPM .....	78
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan TAS QSPM .....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Pelaku dan Kekuatan Utama dalam Sistem Pemasaran Modern .....	9
Gambar 2.2	Analisis SWOT .....	23
Gambar 3.1	Matriks IE .....	35
Gambar 3.2	Kerangka Pemecahan Masalah .....	39
Gambar 4.1	Struktur Organisasi CV. Delta Berlian Holiday .....	41
Gambar 4.2	Sistem Pemasaran CV. Delta Berlian Holiday .....	50
Gambar 4.3	Diagram Analisa SWOT .....	73
Gambar 4.4	Hasil Matriks Internal – Eksternal (IE) .....	75

## ABSTRAK

Biro perjalanan wisata merupakan salah satu jenis usaha yang bergerak dibidang penjualan jasa pelaksanaan perjalanan wisata. Banyaknya persaingan dari usaha yang sejenis, membuat biro kesulitan dalam mempertahankan tingkat penjualan. Persaingan dari usaha sejenis tersebut menuntut biro perjalanan wisata untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat dalam menjalankan usahanya guna mempertahankan konsumen serta mempertahankan usahanya.

*Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) merupakan alat yang direkomendasikan para ahli strategi untuk melakukan evaluasi pilihan strategi alternatif secara objektif berdasarkan identifikasi *key succes factor internal* dan *external*. Dengan menggunakan pendekatan *Quantitative Strategic Planning Matrix* untuk menganalisis strategi pemasaran penjualan produk jasa di CV. Delta Berlian Holiday, didapatkan total skor bobot matriks internal sebesar 2,626 dan total skor bobot matriks eksternal sebesar 2,376. Dari hasil dari matriks internal-eksternal, CV. Delta Berlian Holiday berada pada posisi *Hold and Maintain*.

Berdasarkan perhitungan *Total Attractiveness Score* (TAS), didapatkan strategi utama yang diterapkan yaitu penetrasi pasar, dengan nilai TAS sebesar 6,760. Strategi kedua yaitu strategi pengembangan produk dengan nilai TAS sebesar 6,379 dan alternatif strategi ketiga yaitu peningkatan kualitas manajemen pelayanan dengan nilai TAS 5,311.

**Kata kunci** : Biro Perjalanan, Strategi Pemasaran, QSPM