

**STRATEGI PEMASARAN BUKU PELAJARAN
SEKOLAH DI CV. SENTRA MEDIA**

SKRIPSI

Disusun Guna memenuhi Persyarat Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

ILHAM FAUZI
NIM: 2411907490



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2023



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**STRATEGI PEMASARAN BUKU PELAJARAN
SEKOLAH DI CV. SENTRA MEDIA**

Oleh:

Nama : ILHAM FAUZI
NIM : 2411907490
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 14 Agustus 2023

Dosen Pembimbing

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Maya Andini Kartikasari, SP, MM

Altatit Dianawati, S.Si, MM

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**STRATEGI PEMASARAN BUKU PELAJARAN
SEKOLAH DI CV. SENTRA MEDIA**

Oleh:

Nama : ILHAM FAUZI
NIM : 2411907490
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Senin
Tanggal : 14 Agustus 2023
Waktu : 14.00 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Eko Wahyu Widayat, S.Si, SE, MM (.....)

Anggota : Desi Harsanti, S.Sos, MM (.....)

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si, MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ILHAM FAUZI
NIM : 2411907490
Program Studi : Manajemen
Nomor KTP : 3271040703000004
Alamat : Jl. Asem No.1, Rawajaha, Situgede, Kota Bogor Barat

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Strategi Pemasaran Buku Pelajaran Sekolah di CV.Sentra Media ini merupakan karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*)
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau menginformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 14 Agustus 2023

ILHAM FAUZI

ABSTRAK

ILHAM FAUZI. NIM 2411907490. Strategi Pemasaran Buku Pelajaran Sekolah di CV. Sentra Media

Seiring dengan berkembangnya dunia pendidikan yang ada di Indonesia khususnya Kabupaten dan Kota Bogor maka kebutuhan buku pelajaran sekolah pun ikut berkembang dengan sangat pesat. Adapun permasalahan yang dihadapi oleh CV.Sentra Media selaku salah satu distributor penyedia buku pelajaran sekolah adalah persaingan dengan dengan kompetitor yang sejenis yakni distributor buku pelajaran sekolah serta jenis strategi yang dipakai untuk pemasaran.

Tujuan diaadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui perkembangan usaha CV.Sentra Media. Adapun jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif dengan mengumpulkan data menggunakan kuesioner dengan jumlah *sample* 8 orang. Pengolahan data menggunakan analisis data *internal factor evaluation* (IFE), *external factor evaluation* (EFE), matriks *internal eksternal* (IE), analisis SWOT, dan *quantitative strategic planning matrix* (QSPM).

Berdasarkan dari hasil identifikasi didapatkan 12 faktor internal dan 8 faktor eksternal yang dapat digunakan dalam menilai kondisi CV.Sentra Media saat ini. Dari hasil pengolahan data, total skor bobot pada matriks *internal factor evaluation* (IFE) yaitu 3,0 dan total skor bobot matriks *external factor evaluation* (EFE) yaitu 3,3. Kemudian total skor dari bobot matriks IFE dan EFE dimasukan kedalam matriks *internal eksternal* (IE), sehingga diketahui bahwa posisi perusahaan CV.Sentra Media berada pada sel I. Selanjutnya dirancang alternatif strategi menggunakan matriks SWOT. Lalu alternatif strategi yang telah diperoleh dari matriks IE dan matriks SWOT diberikan skor daya tarik terhadap faktor-faktor utama kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman untuk memperoleh prioritas strategi yang akan dijalankan oleh pemilik usaha CV.Sentra Media. Berdasarkan hasil pada tahap keputusan diperoleh strategi yang memiliki prioritas tertinggi yaitu strategi “Meningkatkan kualitas, ketersediaan produk dan jumlah *sales team* yang banyak untuk meningkatkan perkembangan industri buku pelajaran sekolah karena perubahan kurikulum merdeka”.

Kata kunci: Buku pelajaran sekolah, CV.Sentra Media, *internal factor evaluation* (IFE), *external factor evaluation* (EFE), matriks *internal eksternal* (IE), analisis SWOT, dan *quantitative strategic planning matrix* (QSPM).

ABSTRACT

ILHAM FAUZI. NIM 2411907490. Strategi Pemasaran Buku Pelajaran Sekolah di CV. Sentra Media

Along with the development of the world of education in Indonesia, especially the Regency and City of Bogor, the need for school textbooks is also growing very rapidly. The problem faced by CV.Sentra Media as one of the distributors providing school textbooks is competition with similar competitors, namely distributors of school textbooks and the types of strategies used for marketing.

The purpose of conducting this research is to find out the business development of CV. Sentra Media. The type of research conducted was descriptive research by collecting data using a questionnaire with a sample of 8 people. Data processing uses internal factor evaluation (IFE) data analysis, external factor evaluation (EFE), internal external matrix (IE), SWOT analysis, and quantitative strategic planning matrix (QSPM).

Based on the identification results obtained 12 internal factors and 8 external factors that can be used in assessing the current condition of CV.Sentra Media. From the results of data processing, the total weight score on the internal factor evaluation matrix (IFE) is 3.0 and the total weight score on the external factor evaluation matrix (EFE) is 3.3. Then the total score from the IFE and EFE matrix weights is entered into the internal external matrix (IE), so that it is known that the position of the CV. Sentra Media company is in cell I. Then an alternative strategy is designed using the SWOT matrix. Then the alternative strategies that have been obtained from the IE matrix and the SWOT matrix are given an attractiveness score on the main factors of strengths, weaknesses, opportunities and threats to obtain strategic priorities that will be carried out by CV.Sentra Media business owners. Based on the results at the decision stage, the strategy that has the highest priority is obtained, namely the strategy "Increasing quality, product availability and a large number of sales teams to increase the development of the school textbook industry due to changes in the independent curriculum".

Keywords: School textbooks, CV. Sentra Media, internal factor evaluation (IFE), external factor evaluation (EFE), internal external matrix (IE), SWOT analysis, and quantitative strategic planning matrix (QSPM).

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul Strategi Pemasaran Buku Pelajaran Sekolah di CV.Sentra Media ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis melihat banyaknya persaingan dalam memasarkan buku pelajaran sekolah. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui strategi seperti apa yang digunakan untuk mendapatkan minat konsumen.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang kepada:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE., MSc. MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Ibu Maya Andini Kartikasari, SP., MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi ini.

5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.
6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2019 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
8. Ayahanda, Ibunda, dan Calon Istri yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
9. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Aamiin.

Depok, 14 Agustus 2023

Penulis,

ILHAM FAUZI

NIM: 2411907490

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Perumusan Masalah.....	5
1.5. Tujuan Penelitian	6
1.6. Manfaat Penelitian	6
1.7. Sistematika Penulisan.....	6
 BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Pengertian Manajemen Strategi.....	8
2.1.2. Konsep Strategi	9
2.1.3. Manfaat Manajemen Strategi	11
2.1.4. Komponen Manajemen Strategi.....	11
2.1.5. Tahapan Manajemen Strategi.....	12
2.1.6. Empat Kunci Manajemen Strategi.....	14
2.1.7. Audit Internal dan Eksternal	14
2.1.8. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) dan Internal (IFE)	16
2.1.9. Matriks Internal Eksternal (IE)	17
2.1.10. Analisis SWOT.....	18
2.1.11. Matriks Perencanaan Strategi Kualitatif (QSPM)	21
2.2. Penelitian Terdahulu	21
2.3. Kerangka Konseptual	25
 BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	26
3.2. Ruang Lingkup Penelitian	26
3.3. Informan Penelitian	27
3.4. Jenis dan Sumber Data	28

3.5. Teknik Pengumpulan Data	28
3.6. Teknik Analisa Data.....	29
3.6.1. Matriks IFE	29
3.6.2. Matriks EFE	30
3.6.3. Matriks IE	31
3.6.4. Matriks SWOT	31
3.6.5. Matriks QSPM.....	32
 BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran umum perusahaan.....	35
4.2. Analisis Lingkungan Internal.....	35
4.2.1. Sumber Daya Manusia.....	36
4.2.2. Pemasaran	39
4.2.3. Proses Operasional	43
4.3. Analisis Lingkungan Eksternal.....	44
4.3.1. Lingkungan Jauh	44
4.3.2. Lingkungan Industri	48
4.4. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal	50
4.4.1. Kekuatan	51
4.4.2. Kelemahan	53
4.4.3. Peluang.....	55
4.4.4. Ancaman	58
4.5. Analisis Matriks IFE dan EFE	60
4.5.1. Matriks IFE	60
4.5.2. Matriks EFE	61
4.6. Matriks IE	62
4.7. Analisis SWOT	64
4.7.1. Strategi SO	66
4.7.2. Strategi WO.....	66
4.7.3. Strategi ST.....	66
4.7.4. Strategi WT	67
4.8. Analisis QSPM.....	67
 BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan.....	70
5.2. Saran.....	72
 DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Sekolah di Kota dan Kabupaten Bogor Tahun 2019-2021.....	3
Tabel 2.1. Matriks Faktor Strategi Internal (IFE).....	16
Tabel 2.2. Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFE)	17
Tabel 2.3. Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1. Rencana Pelaksanaan Penelitian	26
Tabel 3.2. Matriks QSPM	33
Tabel 4.1. Sumber Daya Manusia CV.Sentra Media.....	36
Tabel 4.2. Varian Produk Utama CV.Sentra Media	41
Tabel 4.3. Harga Produk CV.Sentra Media	42
Tabel 4.4. Kenaikan Harga Bahan Bakar Minyak.....	46
Tabel 4.5. Jumlah Penduduk Kabupaten Bogor	47
Tabel 4.6. Jumlah Sekolah di Kota dan Kabupaten Bogor Tahun 2019-2021.....	55
Tabel 4.7. Jumlah Sekolah yang Berpotensi Menjadi Mitra CV.Sentra Media di Kota dan Kabupaten Bogor	56
Tabel 4.8. Matriks IFE CV.Sentra Media	60
Tabel 4.9. Matriks EFE CV.Sentra Media	61
Tabel 4.10. Hasil Matriks QSP.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Matriks Internal Eksternal	18
Gambar 2.2. Matriks SWOT	20
Gambar 2.3. Kerangka Konseptual Penelitian	25
Gambar 4.1. Struktur Organisasi CV.Sentra Media	37
Gambar 4.2. Proses Operasional CV.Sentra Media.....	44
Gambar 4.3. Logo SipLah Kemendikbud	48
Gambar 4.4. Matriks IE CV.Sentra Media.....	62
Gambar 4.5. Matriks SWOT CV.Sentra Media	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar Kuesioner	74
Lampiran 2 Hasil Kuesioner Penilaian Bobot Faktor Internal dan Eksternal	82
Lampiran 3 Hasil Kuesioner IFE dan EFE.....	88
Lampiran 4 Hasil Pengisian Kuesioner QSPM untuk menentukan attractive score .	90
Lampiran 5 Surat Keterangan Penelitian	99
Lampiran 6 Kartu Bimbingan Skripsi.....	100
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup	101