

**ANALISIS STRATEGI *DIGITAL MARKETING* PADA
PT. PERISAI INTI SOLUSI, JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

TESA SEKAR AYU ISLAMI
NIM: 2412008204



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2024



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS STRATEGI *DIGITAL MARKETING* PADA
PT. PERISAI INTI SOLUSI, JAKARTA SELATAN**

Oleh:

Nama : TESA SEKAR AYU ISLAMI
NIM : 2412008204
Program Studi : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 12 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,
Ketua Program Studi Manajemen

M. Aziz Winardi, S.T., M.M.

Drs. Henky Hendrawan, M.M., M.Si.

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S.



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**ANALISIS STRATEGI *DIGITAL MARKETING* PADA
PT. PERISAI INTI SOLUSI, JAKARTA SELATAN**

Oleh:

Nama : TESA SEKAR AYU ISLAMI
NIM : 2412008204
Program Studi : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada :

Hari : Senin
Tanggal : 12 Agustus 2024
Waktu : 15.30 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Eko Wahyu Widayat, S.Si., S.E., M.M

Anggota : Ricky Rizkie, S.E., M.M

(.....)
(.....)

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, M.M., M.Si.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tesa Sekar Ayu Islami
NIM : 2412008204
Program Studi : Manajemen
Nomor KTP : 3376016009010002
Alamat : Jl. Mawar Merah Raya No. 12 Blok 34 RT/RW 09/07 Malaka
Jaya, Duren Sawit, Jakarta Timur

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Analisis Strategi *Digital Marketing* Pada PT. Perisai Inti Solusi, Jakarta Selatan ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat).
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihinformatkan, mengelola, mendistribusikan, dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan 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, 12 Agustus 2024

TESA SEKAR AYU ISLAMI

ABSTRAK

TESA SEKAR AYU ISLAMI. NIM 2412008204. Analisis Strategi *Digital Marketing* Pada PT. Perisai Inti Solusi, Jakarta Selatan.

Pesatnya perkembangan internet memberikan motivasi bagi seluruh perusahaan untuk memanfaatkannya sebagai sarana pemasaran barang atau jasa yang dihasilkan. *Digital marketing* memiliki dampak positif terhadap pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. Untuk bertahan dalam persaingan industri di era digital ini, perusahaan perlu memanfaatkan internet bagi keberlangsungan perusahaan.

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dihadapi oleh PT. Perisai Inti Solusi, merumuskan alternatif strategi *digital marketing* alternatif yang diperoleh berdasarkan hasil analisis, dan menentukan prioritas strategi yang tepat bagi perusahaan tersebut. Penelitian dilakukan dari bulan Februari hingga Juli 2024 di PT. Perisai Inti Solusi, Jakarta Selatan, menggunakan metode kualitatif dengan subjek penelitian lima orang. Metode penelitian mencakup wawancara, observasi, dan dokumentasi, dengan teknik analisis data menggunakan matriks IFE, EFE, SWOT, dan QSPM.

Hasil analisis matriks IFE menunjukkan skor 2,72, mengindikasikan perusahaan cukup baik dalam memanfaatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan. Kekuatan terbesar adalah memiliki produk yang beragam dengan skor 0,92, sementara kelemahan utama adalah hanya memiliki satu admin pemasaran digital dengan skor 0,15. Analisis matriks EFE dengan skor 2,70 menunjukkan perusahaan berhasil memanfaatkan peluang dan menghadapi ancaman dengan efektif. Peluang terbesar adalah pasar yang belum tersentuh dengan skor 0,99, sedangkan ancaman utama adalah persaingan dari penyedia layanan keamanan lain dengan skor 0,40. Matriks IE menempatkan PT. Perisai Inti Solusi dalam kuadran V, yaitu *hold and maintain* (menjaga dan mempertahankan).

Analisis SWOT menghasilkan beberapa strategi, seperti menyesuaikan penawaran produk yang ada atau mengembangkan produk baru untuk menjangkau pasar baru yang belum terlayani, mengoptimalkan platform digital dan *channel* pembelian untuk menjangkau pengguna internet yang berkembang pesat, mendiversifikasikan strategi penjualan digital dengan memanfaatkan platform yang sudah ada untuk memasuki pasar baru, mengembangkan pengalaman pelanggan melalui keberagaman produk dan penggunaan *channel* digital, meningkatkan aktivitas pemasaran digital dengan menggunakan platform yang sudah dimiliki untuk menjangkau lebih banyak pengguna internet. Hasil QSPM menetapkan prioritas utama untuk mengembangkan pengalaman pelanggan melalui keberagaman produk dan penggunaan *channel* digital dengan skor TAS 6,73.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks SWOT, QSPM

ABSTRACT

TESA SEKAR AYU ISLAMI. NIM 2412008204. *Analysis of Digital Marketing Strategy at PT. Perisai Inti Solusi, South Jakarta.*

The rapid development of the internet has motivated all companies to utilize it as a means of marketing the goods or services they produce. Digital marketing has a positive impact on the growth and development of companies. To survive in the competitive industry in this digital era, companies need to leverage the internet for their sustainability.

This study aims to identify the internal and external factors faced by PT. Perisai Inti Solusi, formulate alternative digital marketing strategies based on the results of the analysis, and determine the appropriate strategic priorities for the company. The research was conducted from February to July 2024 at PT. Perisai Inti Solusi, South Jakarta, using qualitative methods with five research subjects. The research methods included interviews, observations, and documentation, with data analysis techniques utilizing IFE, EFE, SWOT, and QSPM matrices.

The IFE matrix analysis results showed a score of 2.72, indicating that the company is fairly good at leveraging its strengths and addressing its weaknesses. The greatest strength is having a diverse range of products with a score of 0.92, while the main weakness is having only one digital marketing admin with a score of 0.15. The EFE matrix analysis, with a score of 2.70, shows that the company has successfully taken advantage of opportunities and effectively dealt with threats. The biggest opportunity is the untapped market with a score of 0.99, while the main threat is competition from other security service providers with a score of 0.40. The IE matrix places PT. Perisai Inti Solusi in quadrant V, which is hold and maintain.

The SWOT analysis produced several strategies, such as adjusting existing product offerings or developing new products to reach untapped markets, optimizing digital platforms and purchasing channels to reach the rapidly growing internet user base, diversifying digital sales strategies by utilizing existing platforms to enter new markets, enhancing customer experience through product diversity and the use of digital channels, and increasing digital marketing activities using existing platforms to reach more internet users. The QSPM results identified the top priority as enhancing customer experience through product diversity and the use of digital channels with a TAS score of 6.73.

Keyword : Digital Marketing, IFE Matrix, EFE Matrix, SWOT 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 Analisis Strategi *Digital Marketing* Pada PT. Perisai Inti Solusi, Jakarta Selatan 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 fenomena saat ini dimana sedang berkembang strategi pemasaran berbasis internet. Oleh sebab itu, perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui strategi pemasaran digital yang digunakan di masa saat ini dan yang akan datang.

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

1. Mildy Rifa'i S.E., selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan baik.
3. Dr. (Cand) Eko Yulawan, S.E., M.Si., selaku Wakil Ketua I Bidang Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI atas dedikasi dan kepemimpinannya dalam memajukan bidang akademik yang telah membawa kita menuju pencapaian yang lebih baik.
4. Drs. Henky Hendrawan, M.M., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha memajukan prodi ini.
5. M. Aziz Winardi, S.T., M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi.
6. 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.

7. Para staf dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
8. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2020 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama 4 tahun dengan penuh suka cita.
9. Bapak Sudaryanto selaku Direktur PT. Perisai Inti Solusi dan seluruh karyawan PT. Perisai Inti Solusi yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
10. Orang tua tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
11. Seseorang tercinta, yang telah memberikan dorongan serta *support*-nya sehingga penulis bisa sampai di titik ini.
12. Gfriend, VIVIZ, Mingyu Seventeen, Chanyeol EXO, dan bias lainnya yang telah memberikan semangat luar biasa secara tersirat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. 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 selalui 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. Ammiinn.

Depok, 12 Agustus 2024
Penulis,

TESA SEKAR AYU ISLAMI
NIM: 2412008204

DAFTAR ISI

LEMBARAN 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
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Pembatasan Masalah	4
1.4. Perumusan Masalah.....	5
1.5. Tujuan Penelitian.....	5
1.6. Manfaat Penelitian.....	5
1.7. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Strategi Pemasaran	7
2.1.2 <i>Digital Marketing</i>	9
2.1.3 Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)	11
2.1.4 Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>)	12
2.1.5 <i>Paired Comparison Scales</i>	13
2.1.6 Analisis SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>).....	15
2.1.7 Matriks IE (<i>Internal - External</i>).....	16
2.1.8 QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>)	17
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Pemikiran	21

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	22
3.2 Jenis Penelitian	22
3.3 Subjek Penelitian	23
3.4 Sumber Data	23
3.4.1. Data Primer	23
3.4.2. Data Sekunder	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data	24
3.5.1. Wawancara	24
3.5.2. Observasi	24
3.5.3. Dokumentasi	24
3.6 Teknik Analisis Data	25
3.6.1 Triangulasi (Gabungan)	25
3.6.2 Matriks SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>)	26
3.6.3 QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>)	27
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 29
4.1 Hasil Penelitian	29
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	29
4.1.2 Uji Validitas Triangulasi	30
4.1.3 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal	36
4.1.4 Analisis Matriks IFE	42
4.1.5 Analisis Matriks EFE	43
4.1.6 Analisis Matriks IE	44
4.1.7 Analisis Matriks SWOT	45
4.1.8 Analisis Kuadran SWOT	48
4.1.9 Analisis Matriks QSPM	49
4.2 Implikasi Manajerial	50
 BAB V KESIMPULAN	 51
5.1. Kesimpulan	51
5.2. Saran	52
 DAFTAR PUSTAKA	 53
LAMPIRAN	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian	22
Tabel 3.2 Informan Penelitian	23
Tabel 3.3 Matriks QSPM.....	27
Tabel 4.1 Hasil Uji Triangulasi	30
Tabel 4.2 Analisis Kekuatan dan Kelemahan Perusahaan	39
Tabel 4.3 Analisis Peluang dan Ancaman Perusahaan	41
Tabel 4.4 Hasil Analisis Matriks IFE	42
Tabel 4.5 Hasil Analisis Matriks EFE	43
Tabel 4.6 Matriks SWOT	45
Tabel 4.7 Peringkat Strategi berdasarkan QSPM.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Peningkatan Pengguna Internet dari 2013 – 2023	1
Gambar 1.2 Data Platform Sosial yang Paling Banyak Digunakan di Dunia.....	2
Gambar 1.3 Data <i>Overview Website</i> PT. Perisai Inti Solusi.....	3
Gambar 1.4 Data <i>Engagement Rate</i> Instagram PT. Perisai Inti Solusi	3
Gambar 2.1 <i>Paired Comparison Scales</i>	13
Gambar 2.2 Matriks IE (<i>Internal – External</i>)	17
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 3.1 Triangulasi Teknik Pengumpulan Data	25
Gambar 3.2 Strategi Matriks SWOT.....	26
Gambar 4.1 Instagram PT. Perisai Inti Solusi	29
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT. Perisai Inti Solusi.....	30
Gambar 4.3 Matriks IE (<i>Internal - External</i>) Perusahaan.....	44
Gambar 4.4 Kuadran SWOT	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian	55
Lampiran 2. Transkrip Wawancara	56
Lampiran 3. <i>Paired Comparison Scales Questionnaire</i>	66
Lampiran 4. Hasil Kuesioner Bobot.....	69
Lampiran 5. Perhitungan Bobot Faktor Internal	74
Lampiran 6. Perhitungan Bobot Faktor Eksternal.....	75
Lampiran 7. Hasil Perhitungan Rating Faktor Internal.....	76
Lampiran 8. Hasil Perhitungan Rating Faktor Eksternal	77
Lampiran 9. Matriks QSPM.....	78
Lampiran 10. Kartu Bimbingan	79
Lampiran 11. Hasil Plagiarisme	80
Lampiran 12. Daftar Riwayat Hidup.....	85