

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, K. Y., & Wardana, I. M. (2017). Peran Brand Equity Dalam Memediasi Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Purchase intention. E-Jurnal Manajemen Unud.
- Alma. (2020). Pemasaran Stratejik Jasa. In Andi, Yogyakarta (1st ed.). CV Andi Offset.
- Ana, W. (2017). Anak Gemar Baca Tulis. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- A. Shimp, Terence. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi. Jakarta: Salemba Empat.
- Assauri, S. (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Buchari, A. (2017). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- David, F. R. (2017). Manajemen Strategik : Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing. Jakarta: Salemba Empat
- Esa. T., Jusri., & M. Irwan. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Konveksi Amelia Collection dalam Meningkatkan Volume Penjualan. Jurnal Bisnis dan Manajemen. ISSN : 2777-0559. Volume 1 No. 3, September-Desember . Program Studi Manajemen. STIE Makassar Maju.
- Handayani, Ririn. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Khairunnisaa., D. Irachmi., D. Iestari., F. Rahayu., & V. F. Sanjaya. (2020). Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Rumah Makan Sambel Alu. Jurnal Bisnis dan Manajemen. ISSN : 1411-9366. Volume 16 No. 2, Mei 2020. Program Studi Manajemen. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Kotler dan Amstrong. (2017). Principles of Marketing. 17th ed. Person Higher Education.
- Laksana, Andayani. (2017). Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Malau, H. (2017). Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasarab Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Bandung: Alfabeta.
- Prayudi. I., P. Wisnubroto., & J. Susetyo. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Eva Boutique dengan Metode SWOT dan QSPM. Jurnal Rekavasi. ISSN : 2338

7750. Volume 7 No. 2, Desember 2019. Program Teknik Industri . Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta.

Priansa, D. J. (2017). Manajemen Pelayanan Prima. Bandung: Alfabeta

_____ (2017) Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada Era Media Sosial. Bandung: CV Pustaka Setia.

_____ (2017) Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Prilnes, C., W. Julitawaty., & N. Subiantoro. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Strategi Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan di PT. Bina Usaha Mandiri Sejahtera Medan. Jurnal Bisnis Kolega. p-ISSN : 2476- 910X e-ISSN : 26218291. Volume 6. No. 2, Desember 2020. Program Studi manajemen. STIE Professional Manajemen College Indonesia.

Purba, T. P. & Limakrisna, N. (2017). Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis di Indonesia. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Rangkuti, F. (2017). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

_____ (2017). Customer Care Excellent Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Rangkuti, Freddy. (2018). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Rusmawati, Y. (2017). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Study Kasus Di Cv. Lamongan Sports Center), Volume II, No.3.

Sattar. (2019). Buku Ajar Pengantar Bisnis. Yogyakarta: Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA.

Sedjati, R. S. (2018). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.

_____ (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta

- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- _____ (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung:Alfabeta.
- _____ (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2017). Manajemen Pemasaran Jasa, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Tjiptono, F., & G, Chandra. (2017). Pemasaran Strategik. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2018). Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi
- Tuti, F., E. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi SWOT: Strategi Pengembangan SDM, Strategi Bisnis dan Strategi MSDM (Suatu Kajian Studi Literatur MSDM). Jurnal Ekonomi Manajemen. E-ISSN : 2686-5238, P-ISSN : 2684916. Volume 2, Issue 5, Mei 2021. Program Studi Magister Manajemen. Universitas Mercu Buana.

Lampiran 1. Kuesioner

**KUESIONER PENELITIAN ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TOKO BAJU
PUTRI COLLECTION DI JAKARTA SELATAN**

PENENTUAN BOBOT DAN RATING

TERHADAP FAKTOR STRATEGI INTERNAL DAN EKSTERNAL

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jabatan :

Saya sangat mengharapkan bantuan Bapak/Ibu agar dapat mengisi kuesioner ini dengan benar dan objektif, karena kuesioner ini merupakan alat bantu penelitian yang bermanfaat guna memperoleh data yang akurat dan benar serta dapat menjadi masukan untuk penulisan tugas akhir (skripsi)

Peneliti:

DEVI FITRIANI

2411806874



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK 2022**

Lanjutan Lampiran 1.

**PENILAIAN BOBOT TERHADAP FAKTOR STRATEGI
INTERNAL DAN EKSTERNAL**

Tujuan :

Mendapatkan penilaian dari para responden mengenai faktor-faktor strategis internal dan eksternal dengan cara pemberian bobot melalui seberapa besar nilai faktor strategis tersebut dalam mempengaruhi atau menentukan keberhasilan perusahaan.

Petunjuk Umum :

1. Pengisian kuesioner dilakukan secara tertulis oleh para responden.
2. Jawaban merupakan pendapat pribadi dari masing-masing responden.
3. Dalam pengisian kuisisioner, responden diharapkan untuk melakukannya secara sekaligus (tanpa penundaan), agar terhindar dari inkonsistensi jawaban.
4. Responden berhak menambahkan atau mengurangi hal-hal yang sudah tercantum dalam kuisisioner ini jika memiliki alasan yang jelas dan akurat.
5. Responden dapat memiliki pandangan yang berbeda mengenai suatu faktor dalam kuisisioner ini, baik dengan responden lainnya maupun dengan peneliti. Hal ini dibenarkan jika responden memiliki alasan yang kuat.

I. Penilaian Bobot Faktor Strategi Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

Petunjuk pengisian :

1. Nilai diberikan pada perbandingan berpasangan antara dua faktor (variabel horizontal-variabel vertical) berdasarkan kepentingan atau pengaruhnya

terhadap Toko Baju Putri Collection. Untuk menentukan bobot setiap faktor digunakan skala 1, 2 dan 3 dengan keterangan skala adalah sebagai berikut :

Nilai 1 : Jika indikator horizontal **kurang penting** daripada indikator vertikal

Nilai 2 : Jika indikator horizontal **sama penting** daripada indikator vertikal

Nilai 3 : Jika indikator horizontal **lebih penting** daripada indikator vertikal

2. Penentuan bobot merupakan pandangan masing-masing responden terhadap faktor-faktor strategis internal dan eksternal Toko Baju Putri Collection
3. Cara membaca perbandingan dimulai variabel pada baris 1 terhadap kolom 1 dan harus konsisten.

I. Pembobotan Faktor Strategis Internal

Faktor Strategi Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
A										
B										
C										
D										
E										
F										
G										
H										
I										
J										

Keterangan:

Kekuatan :

1. Karyawan toko yang ramah
2. Harga yang lebih terjangkau
3. Lokasi yang strategis
4. Memiliki konveksi sendiri
5. Bisa menerima jasa vermak dan pesanan sesuai keinginan pembeli

Kelemahan :

6. Kurangnya tenaga kerja khusus di bagian produksi
7. Kurangnya sarana pendukung seperti (ruang ganti dan pencahayaan)
8. Promosi belum maksimal

9. Belum ada marketplace
10. Banyaknya pesaing di segment pasar yang sama

II. Pembobotan Faktor Strategis Eksternal

Faktor Strategi Eksternal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
A	■									
B		■								
C			■							
D				■						
E					■					
F						■				
G							■			
H								■		
I									■	
J										■

Keterangan:

Peluang :

1. Sudah memiliki pelanggan tetap
2. Pola dan gaya hidup masyarakat yang semakin berkembang
3. Kemajuan teknologi informasi
4. Berkembangnya fashion wanita baru yang selalu update.
5. Mengalami kenaikan pesanan pada hari-hari tertentu

Ancaman :

6. Kekuatan tawar menawar pembeli
7. Naiknya harga bahan baku berpengaruh pada penjualan
8. Adanya perang tarif harga antar pesaing
9. Munculnya pesaing baru yang lebih kuat
10. Kondisi perekonomian sedang lemah sehingga pembelian menurun

Lanjutan Lampiran 1.

PEMBERIAN RATING TERHADAP FAKTOR STRATEGI INTERNAL DAN EKSTERNAL

Tujuan :

Mendapatkan penilaian dari para responden mengenai kemampuan Toko Baju Putri Collection dalam menghadapi faktor-faktor strategis internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilan pengembangan usaha.

Petunjuk Umum :

1. Pengisian kuisisioner dilakukan secara tertulis oleh para responden.
2. Jawaban merupakan pendapat pribadi dari masing-masing responden.
3. Dalam pengisian kuisisioner, responden diharapkan dapat melakukannya sekaligus (tanpa penundaan), agar terhindar dari inkonsistensi jawaban.
4. Responden berhak menambahkan atau mengurangi hal-hal yang sudah tercantum dalam kuisisioner ini jika memiliki alasan yang jelas dan akurat.
5. Responden dapat memiliki pandangan yang berbeda mengenai suatu faktor dalam kuisisioner ini, baik dengan responden lainnya ataupun dengan peneliti.
Hal ini dibenarkan jika responden memiliki alasan yang kuat.

A. PEMBERIAN NILAI RATING TERHADAP FAKTOR-FAKTOR INTERNAL (KEKUATAN DAN KELEMAHAN)

I. Pemberian Nilai Rating Terhadap Kekuatan

Petunjuk Pengisian :

1. Tentukan nilai rating terhadap faktor-faktor kekuatan kemampuan Toko Baju Putri Collection dibandingkan dengan pesaing (usaha sejenis) berikut ini dengan memberikan tanda (✓) pada pilihan Bapak/Ibu.
2. Pemberian nilai rating didasarkan pada keterangan berikut ini ;
 Skala 4 : Jika faktor tersebut **sangat kuat** dibandingkan dengan pesaing
 Skala 3 : Jika faktor tersebut **kuat** dibandingkan dengan pesaing
 Skala 2 : Jika faktor tersebut **lemah** dibandingkan dengan pesaing
 Skala 1 : Jika faktor tersebut **sangat lemah** dibandingkan dengan pesaing

No	Kekuatan	Rating			
		1	2	3	4
1	Karyawan toko yang ramah				
2	Harga yang lebih terjangkau				
3	Lokasi yang strategis				
4	Memiliki konveksi sendiri				
5	Bisa menerima jasa vermak dan pesanan sesuai keinginan pembeli				

II. Pemberian nilai Rating Terhadap Kelemahan

Petunjuk Pengisian :

1. Tentukan nilai rating terhadap faktor-faktor kelemahan kemampuan Toko Baju Putri Collection dibandingkan dengan pesaing (usaha sejenis) berikut ini dengan memberikan tanda (✓) pada pilihan Bapak/Ibu.
2. Pemberian nilai rating didasarkan pada keterangan berikut ini ;
 Skala 4 : Jika faktor tersebut **sangat kuat** dibandingkan dengan pesaing
 Skala 3 : Jika faktor tersebut **kuat** dibandingkan dengan pesaing
 Skala 2 : Jika faktor tersebut **lemah** dibandingkan dengan pesaing
 Skala 1 : Jika faktor tersebut **sangat lemah** dibandingkan dengan pesaing

No	Kelemahan	Rating			
		1	2	3	4
1	Kurangnya tenaga kerja khusus di bagian produksi				
2	Kurangnya sarana pendukung seperti (ruang ganti dan pencahayaan)				
3	Promosi belum maksimal				
4	Belum ada marketplace				
5	Banyaknya pesaing di segment pasar yang sama				

Lanjutan Lampiran 1.

B. PEMBERIAN NILAI RATING TERHADAP FAKTOR-FAKTOR EKSTERNAL (PELUANG DAN ANCAMAN)

I. Pemberian Nilai Rating Terhadap Peluang Petunjuk Pengisian :

1. Tentukan nilai rating didasarkan pada kemampuan Toko Baju Putri Collection dalam meraih peluang yang ada berikut ini dengan memberikan tanda (✓) pada pilihan Bapak/Ibu.
2. Pemberian nilai rating didasarkan pada keterangan berikut ini :
 - Skala 1 : **Sangat rendah**, respon Toko Baju Putri Collection dalam meraih peluang tersebut kurang
 - Skala 2 : **Rendah**, respon Toko Baju Putri Collection dalam meraih peluang tersebut rata-rata
 - Skala 3 : **Tinggi**, respon Toko Baju Putri Collection dalam meraih peluang tersebut diatas rata-rata
 - Skala 4 : **Sangat tinggi**, respon Toko Baju Putri Collection dalam meraih peluang tersebut superior

No	Peluang	Rating			
		1	2	3	4
1	Sudah memiliki pelanggan tetap				
2	Pola dan gaya hidup masyarakat yang semakin berkembang				
3	Kemajuan teknologi informasi				
4	Berkembangnya fashion wanita baru yang selalu update.				
5	Mengalami kenaikan pesanan pada hari-hari tertentu				

Lanjutan Lampiran 1.

II. Pemberian Nilai Rating Terhadap Ancaman

Petunjuk Pengisian :

1. Tentukan nilai rating didasarkan pada besarnya ancaman Toko Baju Putri Collection dalam mempengaruhi usaha dimasa yang akan datang dengan memberikan tanda (✓) pada pilihan Bapak/Ibu.
2. Pemberian nilai rating didasarkan pada keterangan berikut ini :

Skala 1 : **Sangat rendah**, respon Toko Baju Putri Collection dalam menghadapi ancaman tersebut kurang

Skala 2 : **Rendah**, respon Toko Baju Putri Collection dalam menghadapi ancaman tersebut rata-rata

Skala 3 : **Tinggi**, respon Toko Baju Putri Collection dalam menghadapi ancaman tersebut diatas rata-rata

Skala 4 : **Sangat tinggi**, respon Toko Baju Putri Collection dalam menghadapi ancaman tersebut superior

No	Ancaman	Rating			
		1	2	3	4
1	Kekuatan tawar menawar pembeli				
2	Naiknya harga bahan baku berpengaruh pada penjualan				
3	Adanya perang tarif harga antar pesaing				
4	Munculnya pesaing baru yang lebih kuat				
5	Kondisi perekonomian sedang lemah sehingga pembelian menurun				

**Lampiran 2. Bobot
Pemilik**

Ket	Faktor Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	TOTAL	%
S1	Karyawan toko yang ramah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	0.109
S2	Harga yang lebih terjangkau	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	24	0.099
S3	Lokasi yang strategis	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	25	0.101
S4	Memiliki konveksi sendiri	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	26	0.105
S5	Bisa menerima jasa vermak dan pesanan sesuai keinginan pembeli	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	25	0.101
W1	Kurangnya tenaga kerja khusus di bagian produksi	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	24	0.097
W2	Kurangnya sarana pendukung seperti (ruang ganti dan pencahayaan)	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	24	0.097
W3	Promosi belum maksimal	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	23	0.093
W4	Belum ada marketplace	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	24	0.097
W5	Banyaknya pesaing di segment pasar yang sama	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	25	0.101
												247	1

Ket	Faktor Eksternal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	TOTAL	%
O1	Sudah memiliki pelanggan tetap	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	26	0.11
O2	Pola dan gaya hidup masyarakat yang semakin berkembang	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	25	0.106
O3	Kemajuan teknologi informasi	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	24	0.101
O4	Berkembangnya fashion wanita baru yang selalu update.	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	25	0.106
O5	Mengalami kenaikan pesanan pada hari-hari tertentu	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	23	0.098
T1	Kekuatan tawar menawar pembeli	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	23	0.098
T2	Naiknya harga bahan baku berpengaruh pada penjualan	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	22	0.093
T3	Adanya perang tarif harga antar pesaing	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	23	0.098
T4	Munculnya pesaing baru yang lebih kuat	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	24	0.101
T5	Kondisi perekonomian sedang lemah sehingga pembelian menurun	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	21	0.089
												236	1

Lanjutan Lampiran 2.

Produksi

Ket	Faktor Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	TOTAL	%
S1	Karyawan toko yang ramah	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	25	0.107
S2	Harga yang lebih terjangkau	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	24	0.102
S3	Lokasi yang strategis	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	23	0.098
S4	Memiliki konveksi sendiri	3	2	3	3	3	3	3	1	3	3	24	0.102
S5	Bisa menerima jasa vermak dan pesanan sesuai keinginan pembeli	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	25	0.107
W1	Kurangnya tenaga kerja khusus di bagian produksi	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	24	0.102
W2	Kurangnya sarana pendukung seperti (ruang ganti dan pencahayaan)	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	20	0.085
W3	Promosi belum maksimal	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	23	0.098
W4	Belum ada marketplace	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	22	0.093
W5	Banyaknya pesaing di segment pasar yang sama	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	25	0.106
												235	1

Ket	Faktor Eksternal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	TOTAL	%
O1	Sudah memiliki pelanggan tetap	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	26	0.111
O2	Pola dan gaya hidup masyarakat yang semakin berkembang	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	24	0.103
O3	Kemajuan teknologi informasi	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	22	0.094
O4	Berkembangnya fashion wanita baru yang selalu update.	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	24	0.103
O5	Mengalami kenaikan pesanan pada hari-hari tertentu	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	23	0.099
T1	Kekuatan tawar menawar pembeli	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	23	0.099
T2	Naiknya harga bahan baku berpengaruh pada penjualan	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	25	0.108
T3	Adanya perang tarif harga antar pesaing	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	20	0.085
T4	Munculnya pesaing baru yang lebih kuat	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	25	0.108
T5	Kondisi perekonomian sedang lemah sehingga pembelian menurun	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	21	0.09
												233	1

Lanjutan Lampiran 2.
Keuangan

Ket	Faktor Internal	S1	S2	S3	S4	S5	W1	W2	W3	W4	W5	TOTAL	%
S1	Karyawan toko yang ramah	3	3	2	3	3	2	1	2	3	2	21	0.099
S2	Harga yang lebih terjangkau	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	22	0.103
S3	Lokasi yang strategis	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	24	0.112
S4	Memiliki konveksi sendiri	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	25	0.117
S5	Bisa menerima jasa vermak dan pesanan sesuai keinginan pembeli	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	24	0.112
W1	Kurangnya tenaga kerja khusus di bagian produksi	2	1	2	2	1	3	3	2	1	1	15	0.07
W2	Kurangnya sarana pendukung seperti (ruang ganti dan pencahayaan)	2	1	3	2	3	2	3	2	3	2	20	0.094
W3	Promosi belum maksimal	2	3	1	3	1	3	3	3	3	2	21	0.098
W4	Belum ada marketplace	2	2	2	3	2	3	1	2	3	3	20	0.093
W5	Banyaknya pesaing di segment pasar yang sama	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	22	0.102
												214	1

Ket	Faktor Eksternal	O1	O2	O3	O4	O5	T1	T2	T3	T4	T5	TOTAL	%
O1	Sudah memiliki pelanggan tetap	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	24	0.118
O2	Pola dan gaya hidup masyarakat yang semakin berkembang	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	23	0.113
O3	Kemajuan teknologi informasi	2	2	3	1	2	3	1	3	3	2	19	0.093
O4	Berkembangnya fashion wanita baru yang selalu update.	3	3	3	3	3	3	2	3	1	2	23	0.113
O5	Mengalami kenaikan pesanan pada hari-hari tertentu	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	20	0.099
T1	Kekuatan tawar menawar pembeli	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	21	0.103
T2	Naiknya harga bahan baku berpengaruh pada penjualan	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	26	0.128
T3	Adanya perang tarif harga antar pesaing	1	2	1	1	2	2	1	3	1	1	12	0.06
T4	Munculnya pesaing baru yang lebih kuat	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	24	0.119
T5	Kondisi perekonomian sedang lemah sehingga pembelian menurun	1	1	1	1	1	2	1	2	1	3	11	0.054
												203	1

Lanjutan Lampiran 2.

Pemasaran

Ket	Faktor Internal	S1	S2	S3	S4	S5	W1	W2	W3	W4	W5	TOTAL	%
S1	Karyawan toko yang ramah		2	3	2	3	3	3	2	2	3	23	0.103
S2	Harga yang lebih terjangkau	3		3	3	3	2	3	3	2	1	23	0.103
S3	Lokasi yang strategis	3	3		2	3	3	2	3	3	3	25	0.112
S4	Memiliki konveksi sendiri	3	3	3		3	3	2	3	3	3	26	0.117
S5	Bisa menerima jasa vermak dan pesanan sesuai keinginan pembeli	3	3	2	3		3	2	3	3	2	24	0.108
W1	Kurangnya tenaga kerja khusus di bagian produksi	2	2	1	2	2		2	2	2	2	17	0.077
W2	Kurangnya sarana pendukung seperti (ruang ganti dan pencahayaan)	2	3	2	1	2	2		3	2	1	18	0.08
W3	Promosi belum maksimal	3	3	2	2	3	3	3		2	3	24	0.107
W4	Belum ada marketplace	3	2	1	2	2	3	2	2		3	20	0.09
W5	Banyaknya pesaing di segment pasar yang sama	3	2	2	3	2	3	2	3	3		23	0.103
												223	1

Ket	Faktor Eksternal	O1	O2	O3	O4	O5	T1	T2	T3	T4	T5	Total	%
O1	Sudah memiliki pelanggan tetap		3	2	3	3	2	3	3	3	2	24	0.117
O2	Pola dan gaya hidup masyarakat yang semakin berkembang	3		2	2	2	3	1	3	2	1	19	0.092
O3	Kemajuan teknologi informasi	2	3		1	2	1	2	1	2	2	16	0.078
O4	Berkembangnya fashion wanita baru yang selalu update.	3	3	3		3	3	3	3	3	3	27	0.131
O5	Mengalami kenaikan pesanan pada hari-hari tertentu	3	2	3	3		3	3	3	2	3	25	0.121
T1	Kekuatan tawar menawar pembeli	2	3	2	2	1		2	3	2	2	19	0.092
T2	Naiknya harga bahan baku berpengaruh pada penjualan	3	3	3	2	2	3		3	2	3	24	0.117
T3	Adanya perang tarif harga antar pesaing	1	1	1	1	1	2	1		1	1	10	0.049
T4	Munculnya pesaing baru yang lebih kuat	3	2	3	3	3	3	3	3		3	29	0.14
T5	Kondisi perekonomian sedang lemah sehingga pembelian menurun	2	1	1	2	1	2	2	1	1		13	0.063
												206	1

Lampiran 3. Perhitungan Bobot Faktor Internal dan Eksternal

No	Faktor Internal	Pemilik	Produksi	Keuangan	Pemasaran	Bobot
Kekuatan (Strenghts)						
1	Karyawan toko yang ramah	0.109	0.107	0.099	0.103	0.104
2	Harga yang lebih terjangkau	0.099	0.102	0.103	0.103	0.101
3	Lokasi yang strategis	0.101	0.098	0.112	0.112	0.105
4	Memiliki konveksi sendiri	0.105	0.102	0.117	0.117	0.11
5	Bisa menerima jasa vermak dan pesanan sesuai keinginan pembeli	0.101	0.107	0.112	0.108	0.108
Kelemahan (Weaknesses)						
6	Kurangnya tenaga kerja khusus di bagian produksi	0.097	0.102	0.07	0.077	0.087
7	Kurangnya sarana pendukung seperti (ruang ganti dan pencahayaan)	0.097	0.085	0.094	0.08	0.089
8	Promosi belum maksimal	0.093	0.098	0.098	0.107	0.1
9	Belum ada marketplace	0.097	0.093	0.093	0.09	0.093
10	Banyaknya pesaing di segment pasar yang sama	0.101	0.106	0.102	0.103	0.103
		1	1	1	1	1

No	Faktor Eksternal	Pemilik	Produksi	Keuangan	Pemasaran	Bobot
Peluang (Opportunities)						
1	Sudah memiliki pelanggan tetap	0.11	0.111	0.118	0.117	0.114
2	Pola dan gaya hidup masyarakat yang semakin berkembang	0.106	0.103	0.113	0.092	0.103
3	Kemajuan teknologi informasi	0.101	0.094	0.093	0.078	0.091
4	Berkembangnya fashion wanita baru yang selalu update.	0.106	0.103	0.113	0.131	0.113
5	Mengalami kenaikan pesanan pada hari-hari tertentu	0.098	0.099	0.099	0.121	0.104
Ancaman (Threats)						
6	Kekuatan tawar menawar pembeli	0.098	0.099	0.103	0.092	0.099
7	Naiknya harga bahan baku berpengaruh pada penjualan	0.093	0.108	0.128	0.117	0.111
8	Adanya perang tarif harga antar pesaing	0.098	0.085	0.06	0.049	0.073
9	Munculnya pesaing baru yang lebih kuat	0.101	0.108	0.119	0.14	0.118
10	Kondisi perekonomian sedang lemah sehingga pembelian menurun	0.089	0.09	0.054	0.063	0.074
		1	1	1	1	1

Lampiran 4. Perhitungan Rating Faktor Internal dan Eksternal

No	Faktor Internal	Pemilik	Produksi	Keuangan	Pemasaran	Rating
Kekuatan (Strenghts)						
1	Karyawan toko yang ramah	4	3	3	4	3.5
2	Harga yang lebih terjangkau	4	3	3	3	3.25
3	Lokasi yang strategis	3	4	2	4	3.25
4	Memiliki konveksi sendiri	4	3	3	3	3.25
5	Bisa menerima jasa vermak dan pesanan sesuai keinginan pembeli	4	3	3	3	3.25
Kelemahan (Weaknesses)						
6	Kurangnya tenaga kerja khusus di bagian produksi	2	3	2	2	2.25
7	Kurangnya sarana pendukung seperti (ruang ganti dan pencahayaan)	2	2	2	2	2
8	Promosi belum maksimal	2	1	2	3	2
9	Belum ada marketplace	3	1	1	3	2
10	Banyaknya pesaing di segment pasar yang sama	3	2	2	2	2.25

No	Faktor Eksternal	Pemilik	Produksi	Keuangan	Pemasaran	Rating
Peluang (Opportunities)						
1	Sudah memiliki pelanggan tetap	4	3	4	4	3.75
2	Pola dan gaya hidup masyarakat yang semakin berkembang	3	4	3	2	3
3	Kemajuan teknologi informasi	3	2	3	3	2.75
4	Berkembangnya fashion wanita baru yang selalu update.	4	4	2	2	3
5	Mengalami kenaikan pesanan pada hari-hari tertentu	3	3	3	3	3
Ancaman (Threats)						
6	Kekuatan tawar menawar pembeli	3	2	2	2	2.25
7	Naiknya harga bahan baku berpengaruh pada penjualan	2	2	3	2	2.25
8	Adanya perang tarif harga antar pesaing	2	2	2	2	2
9	Munculnya pesaing baru yang lebih kuat	3	2	2	3	2.5
10	Kondisi perekonomian sedang lemah sehingga pembelian menurun	2	2	2	3	2.25

Lampiran 5. Matriks QSPM

Faktor Kunci	Bobot	Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3		Strategi 4		Strategi 5		Strategi 6		Strategi 7		Strategi 8		Strategi 9		Strategi 10	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
STRENGTHS																					
1	0.104	4	0.416	4	0.416	3	0.312	3	0.312	4	0.416	3	0.312	4	0.416	4	0.416	4	0.416	4	0.416
2	0.101	4	0.404	3	0.303	4	0.404	3	0.303	3	0.303	4	0.404	3	0.303	3	0.303	3	0.303	3	0.303
3	0.105	3	0.315	4	0.42	4	0.42	3	0.315	3	0.315	4	0.42	3	0.315	3	0.315	4	0.42	3	0.315
4	0.11	4	0.44	3	0.33	4	0.44	4	0.44	3	0.33	4	0.44	3	0.33	3	0.33	3	0.33	3	0.33
5	0.108	4	0.432	3	0.324	4	0.432	4	0.432	3	0.324	3	0.324	3	0.324	4	0.432	3	0.324	4	0.432
WEAKNESSES																					
1	0.087	4	0.348	3	0.261	3	0.261	4	0.348	3	0.261	3	0.261	3	0.261	3	0.261	3	0.261	3	0.261
2	0.089	3	0.267	4	0.356	3	0.267	3	0.267	3	0.267	3	0.267	3	0.267	3	0.267	4	0.356	3	0.267
3	0.1	3	0.3	4	0.4	4	0.4	3	0.3	4	0.4	3	0.3	3	0.3	3	0.3	4	0.4	4	0.4
4	0.093	3	0.279	4	0.372	4	0.372	3	0.279	4	0.372	3	0.279	3	0.279	3	0.279	3	0.279	4	0.372
5	0.103	4	0.412	4	0.412	4	0.412	3	0.309	3	0.309	4	0.412	4	0.412	4	0.412	4	0.412	4	0.412
OPPORTUNITIES																					
1	0.114	4	0.456	4	0.456	4	0.456	3	0.342	3	0.342	4	0.456	4	0.456	4	0.456	4	0.456	3	0.342
2	0.103	4	0.412	3	0.309	3	0.309	3	0.309	3	0.309	3	0.309	3	0.309	3	0.309	4	0.412	4	0.412
3	0.091	3	0.273	4	0.364	4	0.364	4	0.364	4	0.364	3	0.273	3	0.273	3	0.273	3	0.273	4	0.364
4	0.113	4	0.452	3	0.339	3	0.339	3	0.339	3	0.339	3	0.339	3	0.339	3	0.339	3	0.339	3	0.339
5	0.104	4	0.416	4	0.416	3	0.312	4	0.416	3	0.312	4	0.416	3	0.312	4	0.416	3	0.312	3	0.312
THREATS																					
1	0.099	4	0.396	3	0.297	3	0.297	3	0.297	3	0.297	4	0.396	3	0.297	3	0.297	3	0.297	3	0.297
2	0.111	3	0.333	4	0.444	3	0.333	3	0.333	3	0.333	4	0.444	3	0.333	3	0.333	3	0.333	3	0.333
3	0.073	4	0.292	3	0.219	4	0.292	3	0.219	3	0.219	4	0.292	4	0.292	4	0.292	4	0.292	3	0.219
4	0.118	4	0.472	4	0.472	4	0.472	3	0.354	3	0.354	4	0.472	4	0.472	4	0.472	4	0.472	4	0.472
5	0.074	3	0.222	4	0.296	3	0.222	3	0.222	3	0.222	3	0.222	3	0.222	3	0.222	3	0.222	4	0.296
TOTAL			7.337		7.206		7.116		6.5		6.388		7.038		6.512		6.724		6.909		6.894

Lampiran 6. Pernyataan Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Seiring salam dan doa semoga selalu dalam lindungan-Nya. Saya **Devi Fitriani (2411806874)** Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI Program Studi **Manajemen** Bisnis sedang melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Pemasaran Pada Toko Baju Putri Collection Di Jakarta Selatan”** Di tengah kesibukan Bapak/ibu, saya mohon kesediaan Bapak/ibu meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini secara lengkap. Atas bantuan dan kerjasamanya, saya ucapkan Terima kasih.

A. Identitas Informan

Nama Lengkap :
Jenis Kelamin :
Pekerjaan :
Penghasilan perbulan :

Penilaian Pelanggan terhadap Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman yang dimiliki Toko Baju Putri Collection Petunjuk Pengisian :

Di bawah ini terdapat pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan produk Toko Baju Putri Collection. Seberapa penting setiap atribut produk Toko Baju Putri Collection tersebut menjadi dasar pertimbangan Anda untuk memilih produk Toko Baju Putri Collection. Berilah skor sesuai dengan pilihan Anda.

Keterangan:

SS : Sangat Setuju diberi Skor 4
S : Setuju diberi Skor 3
TS : Tidak Setuju diberi Skor 2
STS : Sangat Tidak Setuju diberi Skor 1

Lanjutan Lampiran 6.

B. PERTANYAAN PENELITIAN

Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai menurut pendapat Bapak/Ibu/Saudara/I dengan memberikan tanda check list (✓) pada jawaban yang dianggap paling sesuai

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Kekuatan (<i>Strenghts</i>)					
1	Karyawan toko yang ramah				
2	Harga yang lebih terjangkau				
3	Lokasi yang strategis				
4	Memiliki konveksi sendiri				
5	Bisa menerima jasa vermak dan pesanan sesuai keinginan pembeli				
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)					
1	Kurangnya tenaga kerja khusus di bagian produksi				
2	Kurangnya sarana pendukung seperti (ruang ganti dan pencahayaan)				
3	Promosi belum maksimal				
4	Belum ada marketplace				
5	Banyaknya pesaing di segment pasar yang sama				
Peluang (<i>Opportunities</i>)					
1	Sudah memiliki pelanggan tetap				
2	Pola dan gaya hidup masyarakat yang semakin berkembang				
3	Kemajuan teknologi informasi				
4	Berkembangnya fashion wanita baru yang selalu update.				
5	Mengalami kenaikan pesanan pada hari-hari tertentu				
Ancaman (<i>Threats</i>)					
1	Kekuatan tawar menawar pembeli				
2	Naiknya harga bahan baku berpengaruh pada penjualan				
3	Adanya perang tarif harga antar pesaing				
4	Munculnya pesaing baru yang lebih kuat				
5	Kondisi perekonomian sedang lemah sehingga pembelian menurun				

Lampiran 7. Daftar Pertanyaan Wawancara

WAWANCARA

Informan	Tipe Pertanyaan	Daftar Pertanyaan
Informan Kunci: Pemilik Usaha		Sejak kapan dan bagaimana awalnya Ibu membuka usaha Toko Baju Putri Collection
	Strategi Pemasaran	Strategi apakah yang diterapkan oleh Toko Baju Putri Collection agar menjadi unggul dari para pesaing dan menjadi pilihan pelanggan?
	Kekuatan (<i>Strenghts</i>)	Apa saja yang menjadi kekuatan Toko Baju Putri?
	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	Menurut ibu, apa saja yang menjadi kelemahan bagi Toko Baju Putri Collection?
	Peluang (<i>Opportunities</i>)	Menurut Ibu, Peluang apa saja yang dapat berpengaruh bagi masa depan Toko Baju Putri Collection?
	Ancaman (<i>Threats</i>)	Apa saja yang menjadi ancaman bagi masa depan Toko Baju Putri Collection?

Lanjutan Lampiran 7. Hasil Wawancara

Berikut adalah hasil wawancara yang penulis peroleh setelah melakukan wawancara dengan pemilik Toko Baju Putri Collection di Jakarta Selatan.



- a. Pemilik Usaha (owner) Toko Baju Putri Collection di Jakarta Selatan Berikut adalah identitas subjek pertama yang penulis wawancara yang merupakan pemilik dari Toko Baju Putri Collection di Jakarta Selatan

Hari/Tanggal : Rabu, 1 Juni 2022

Jam : 09.00 AM - Selesai

Nama : Iyar Sumiarsih

Jenis Kelamin : Perempuan

Umur : 43 Tahun

Jabatan : Pemilik Usaha

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Ibu Iyar Sumiarsih mengenai strategi apakah yang diterapkan oleh Toko Baju Putri Collection agar menjadi unggul dari para pesaing dan menjadi pilihan pelanggan? Berikut hasil wawancaranya.

“Awalnya pada tahun 2018, Toko Baju Putri Collection hanya sebuah toko baju yang menjual produk nya kepada pembeli. dan menunggu pembeli datang untuk membeli produknya. namun pada tahun 2020 dimana adanya virus covid-19 di Indonesia membuat sebagian pedagang mengalami pendapatan omset yang sangat menurun, termasuk Toko Baju Putri Collection. sehingga Ibu Iyar harus menciptakan strategi yang baik agar toko Baju Putri Collection dapat bertahan di masa pandemi. Salah satu strategi yang dapat saya lakukan pada saat itu adalah dengan menerima jasa vermak dan menerima pesanan sesuai dengan model yang di inginkan oleh pembeli. selain itu yang membedakan toko baju putri collection dengan toko baju lainnya adalah semua produk yang ada pada toko baju putri collection merupakan produk buatan saya sendiri, mulai dari pemilihan bahan dan model pakaian yang saya buat. dan itu merupakan keunggulan dari Toko Baju Putri Collection.”

Peneliti kemudian bertanya kepada Ibu Iyar tentang kekuatan yang dimiliki Toko Baju Putri Collection? Berikut hasil wawancaranya

“Menurut saya sebagai pemilik usaha Toko Baju Putri Collection kekuatan yang dimiliki yaitu: (1) memiliki karyawan yang ramah kepada pembeli sehingga pembeli merasa nyaman saat berada di Toko (2)memiliki konveksi sendiri sehingga bila ada pesanan bisa langsung kita proses dengan tidak memakan waktu yang lama (3) Bisa menerima jasa vermak dan pesanan sesuai keinginan pembeli artinya di Toko Baju Putri dapat menyelesaikan permasalahan untuk pakaian yang reject atau rusak. Contoh celana yang robek dapat di vermak dan bisa digunakan Kembali atau gamis yang kebesaran, bisa divermak sesuai dengan ukuran yang di inginkan (4) Harga yang terjangkau, untuk harga produk yang ada pada Toko Baju Putri Collection terjangkau, dikarenakan saya tidak mengambil banyak untung, yang saya inginkan produk Toko Baju Putri Collection dapat digunakan oleh orang banyak dan bisa dikenal baik oleh masyarakat (5)Lokasi yang strategis karena Toko Baju Putri Collection saat ini baru ada di pasar kecil daerah bangka raya, Jakarta Selatan. Mungkin kedepannya, bila Toko Baju Putri Collection semakin

ramai dan lancer, saya berniat untuk membuka toko lagi. Di doa kan saja ya dek. Aamiin.

Peneliti kemudian bertanya kepada Ibu Iyar tentang kelemahan yang dimiliki Toko Baju Putri Collection? Berikut hasil wawancaranya

Menurut saya, kelemahan pada Toko Baju Putri Collection adalah (1) Kurangnya tenaga kerja khusus di bagian produksi, Apalagi pada saat hari-hari tertentu misalnya hari lebaran karena ada pesanan yang banyak dengan model pakaian yang berbeda tiap pembeli. (2) Kurangnya sarana pendukung seperti (ruang ganti dan pencahayaan), menurut saya fasilitas Toko Baju Putri Collection masih kurang, karena belum tersedia ruang ganti dan pencahayaan juga kurang terang. (3) Promosi belum maksimal, karena saya bingung mau buat program promosi yang kaya gimana, biasanya saya kasih potongan harga saja kalau ada yang beli banyak (4) Belum ada market place, karena saya ga begitu paham tentang market place makanya saya belum bikin karena ga ngerti, mungkin kedepannya saya usahakan produk yang ada di Toko Baju Putri Collection juga tersedia di market place jadi bisa menambah pelanggan baru dari berbagai daerah di Indonesia. (5) Banyaknya pesaing di segment pasar yang sama, ya Namanya juga dagang di pasar pasti banyak pesaing, Apalagi di toko baju kan banyak, maka dari itu saya buka jasa vermak juga biar beda dari yang lain.

Peneliti kemudian bertanya kepada Ibu Iyar tentang peluang yang dimiliki Toko Baju Putri Collection? Berikut hasil wawancaranya

Untuk peluang kedepannya bagi Toko Baju Putri Collection, yang pertama karena sudah memiliki pelanggan tetap, yang kedua pola dan gaya hidup masyarakat yang semakin berkembang, Apalagi kan kalau kita perhatikan zaman sekarang ibu-ibu juga cara berpakaianya seperti anak muda. Yang ketiga ada kemajuan teknologi dan informasi, kedepannya Toko Baju Putri Collection harus lebih memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi misalnya membuat promosi di media sosial. Yang keempat berkembangnya fashion Wanita baru yang selalu update, kalau kita lihat di zaman sekarang pasti selalu ada aja model pakaian yang baru-baru

terutama khusus Wanita, dan pasti ada aja pembeli yang memesan dengan model pakaian yang terbaru. Dan yang terakhir yaitu mengalami kenaikan pesanan pada hari-hari tertentu, misalnya ada pesanan model pakaian untuk acara pernikahan dengan membuat gamis brukat, atau pesanan couple keluarga pada hari raya idul fitri.

Peneliti kemudian bertanya kepada Ibu Iyar tentang ancaman yang dimiliki Toko Baju Putri Collection? Berikut hasil wawancaranya

Menurut saya ancaman bagi Toko Baju Putri Collection adalah yang pertama kekuatan tawar menawar pembeli, bagi saya tawar menawar dalam membeli barang sudah tidak asing lagi, ya karena saya sendiri juga begitu setiap membeli barang. Namun ada saja pembeli yang menawar harga produk dibawah modal, kadang saya ga kasih, karena jatohnya saya rugi. Saya baru kasih bila ada pembeli yang nawar dengan harga yang tidak jauh dari aslinya, yg paling penting ada sedikit untung. Yang kedua naiknya harga bahan baku berpengaruh pada penjualan, itu yang paling saya khawatirkan. Misalkan bahan baku naik, jadi saya bingung buat tentuin harga jual yang sudah saya tentukan sebelumnya. Tapi semisalkan itu terjadi, saya akan usahain untuk harga produk yang ada pada Toko Baju Putri Collection tetap terjangkau dengan kualitas produk yang baik. Yang ketiga adanya perang tarif harga antar pesaing, ya karna samasama memilik usaha toko baju pasti akan ada perbedaan harga, namun untuk harga produk pada toko baju putri collection saya pastikan terjangkau dengan kualitas yang gak kalah bagus dengan produk pesaing, ya dikarenakan saya buka toko di pasar jadinya saya gabisa nentuin harga jual yang tinggi karena saya lihat2 juga perekonomian masyarakat di lingkungan sekitar. Dan yang keempat adalah munculnya pesaing yang lebih kuat, yang saya khawatirkan takutnya pelanggan saya berpaling dari toko baju putri collection, maka dari itu saya harus mempertahankan atau meningkatkan lagi kualitas produk nya menjadi lebih baik dengan harga yang terjangkau, tapi saya percaya rezeki sudah diatur sama allah. Yang terakhir adalah kondisi perekonomian sedang lemah sehingga pembelian menurun, hal ini sudah pernah terjadi waktu adanya virus covid-19. karena adanya virus tersebut membuat

sebagain para usaha harus benar-benar menciptakan strategi baru agar usahanya dapat berjalan dengan baik. salah satu yang saya lakukan pada awal covid yaitu menerima jasa vermak dan menerima pesanan sesuai model yang di inginkan, Alhamdulillah strategi tersebut dapat berjalan dengan baik sampai saat ini, sehingga toko baju putri collection dapat melewati rintangan tersebut.

Lampiran 8. Kartu Bimbingan



GBS
GICI BUSINESS SCHOOL
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

KARTU BIMBINGAN

NAMA : Devi Fitriani
 NIM : 2411806874
 PROGRAM STUDI : Manajemen
 JENJANG STUDI : S-1
 JUDUL SKRIPSI : Analisis Strategi Pemasaran Pada Toko Baju Putri di Jakarta Selatan

NAMA PEMBIMBING : Aziz Winardi N, S.T.,MM
 PERIODE BIMBINGAN : 1 maret s/d 31 Agustus 2022
 PERPANJANGAN :

NO	TANGGAL	TOPIK BAHASAN	TANDA TANGAN	TANDA TANGAN
			PEMBIMBING	MAHASISWA
1.	11/03/22	Tambah tabel Bab 1.	Az	Dev
2.	20/03/22	Lanjut Bab 2	Az	Dev
3	25/03/22	Bab 3 OK	Az	Dev
		Perbaiki lagi Bab 1	Az	Dev
4.	1/04/22	Bab 3 OK	Az	Dev
5	10/04/22	Ace proposal skripsi	Az	Dev
6.	18/06/22	Lanjutkan matriks QSPM	Az	Dev
7	24/07	Ace skripsi	Az	Dev

Depok, 1 APRIL 2022

STIE GICI



Kajur Manajemen
Altatit Dianawati, S.Si, MM.

www.stiegici.ac.id

Lampiran 9. Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : DEVI FITRIANI
No. KTP : 3174034109980002
Tempat, Tgl Lahir : Jakarta, 1 September 1998
Agama : Islam
No. Handphone : 0858-9157-5798
Alamat : Jl. Tegal Parang Selatan I Rt/Rw 005/005 No. 21 Kel. Tegal
Parang Kec. Mampang Prapatan, 12790.

Pendidikan Formal

2004 - 2010 : SDN Pancoran 07 Pagi
2010 - 2013 : SMPN 141 Jakarta
2013 - 2016 : SMK 28 Oktober 1928 - Akuntansi
2018 - 2022 : STIE GICI Business School - Program Studi Manajemen

Pengalaman Kerja

2016 – 2017 : PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk
2018 – 2019 : PT. Putra Boga Sakti
2022 – Sekarang : PT. Rpay Finansial digital Indonesia

Lampiran 10. Dokumentasi

Tampilan Toko Dari Depan



Contoh Bahan



Contoh Produk Jadi



Gamis



Setelan Tunik Kemeja



Dress Anak