

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BIMBINGAN BELAJAR
MENGUNAKAN METODE QUANTITATIVE STRATEGY PLANNING
MATRIX (QSPM) DENGAN Matriks SWOT
(Studi Kasus: Bimbingan Belajar Ganesha Operation di Plaju)**

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Sains Bidang Studi Matematika**



**Oleh
MAULIA HANADA AFIFAH
NIM 08111001022**

**FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
JULI 2018**

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BIMBINGAN BELAJAR
MENGUNAKAN METODE QUANTITATIVE STRATEGY PLANNING
MATRIX (QSPM) DENGAN MATRIKS SWOT
(Studi Kasus: Bimbingan Belajar Ganesha Operation Di Plaju)**

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Sains Bidang Studi Matematika**

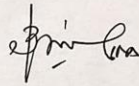
Oleh

**MAULIA HANADA AFIFAH
NIM 08111001022**

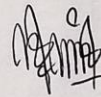
Inderalaya, Juni 2018

Pembimbing Pembantu

Pembimbing Utama



**Dra. Ning Eliyati, M.Pd
NIP. 19591120 199102 2 001**



**Novi Rustiana Dewi, M.Si
NIP. 19701113 199603 2 002**

Mengetahui

Ketua Jurusan Matematika



**Drs. Sugandi Yahdin, M.M
NIP. 19580727 198603 1 003**

LEMBAR PERSEMBAHAN

Motto :

**“Jangan lihat siapa yang bicara, tapi lihatlah apa yang dibicarakan”
(Ali Bin Abi Thalib)**

**“Maka apabila engkau telah selesai dari sesuatu urusan, tetaplah bekerja
keras untuk urusan yang lain
dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”
(QS.Al-Insyirah:7-8)**

Skripsi ini Kupersembahkan kepada :

- ❖ Ayah dan Ibu tercinta**
- ❖ Adik-adik dan Keluargaku yang tersayang**
- ❖ Dosen dan Guruku**
- ❖ Sahabat-Sahabat Terbaik ku, dan**
- ❖ Almamater ku**

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas segala limpahan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah direncanakan dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Bimbingan Belajar Menggunakan Metode Quantitative Strategy Planning Matrix (QSPM) Dengan Matriks SWOT (Studi Kasus: Bimbingan Belajar Ganesha Operation di Plaju)”**. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Besar kita Nabi Muhammad SAW beserta seluruh keluarga dan sahabatnya yang telah membawa kita dari zaman kebodohan ke zaman yang terang benderang.

Dengan penuh rasa hormat, cinta, kasih sayang dan kerendahan hati, penulis mempersembahkan skripsi ini khusus untuk kedua orang tua tercinta, terkasih dan tersayang **Ayah Zulyadin Fahmi** dan **Ibu Risma Juliarty** yang telah merawat dan mendidik penulis dengan penuh rasa cinta dan kasih sayang, serta dukungan yang sangat berharga berupa motivasi keluarga, do'a, perhatian, semangat, serta material untuk penulis selama ini.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan pembimbing dan berbagai pihak lain baik langsung maupun tidak langsung. Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Ibu **Novi Rustiana Dewi, M.Si** selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah bersedia meluangkan waktu dengan penuh kesabaran dan perhatian dalam memberikan banyak ide pemikiran, bimbingan, nasehat, pengarahan, serta

kritik dan saran yang sangat berguna bagi penulis selama pengerjaan skripsi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan sesuai dengan waktu yang direncanakan.

2. Ibu **Dra. Ning Eliyati, M.Pd** selaku Dosen Pembimbing Pembantu dan Dosen Pembimbing Akademik yang juga telah banyak memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis selama pengerjaan skripsi ini maupun selama belajar di Jurusan Matematika FMIPA Universitas Sriwijaya.
3. Ibu **Indrawati, M.Si**, Ibu **Endang Sri Kresnawati, M.Si**, dan Ibu **Des Alwine Zayanti, M.Si** selaku Dosen Penguji Utama yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam memberikan tanggapan, kritik serta saran yang bermanfaat dalam perbaikan penyelesaian skripsi ini.

Selain itu, penulis juga mendapatkan dukungan dari pihak-pihak lain selama masa perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak **Drs. Sugandi Yahdin, M.M** selaku Ketua Jurusan Matematika FMIPA Universitas Sriwijaya.
2. Seluruh **Dosen di Jurusan Matematika FMIPA Universitas Sriwijaya** atas ilmu yang telah diberikan untuk penulis selama proses pendidikan.
3. **Oma, Opa (Alm) dan seluruh keluarga besar Ancuris** atas doa, *support* dan bantuan selama penulisan skripsi ini.
4. Saudara-saudaraku **Raka Fariz Husaini, Sanniyah Farah Muthiah, Wafiq Aqila Varuliani, Farj Jinan Najla, Jilan Hanani Hafidzoh, Athiyyah Nur Zhafirrah, Syahlaa Nur Tasbitha, Miskha Ahsannah Shafiyah, M.**

Farras Vihardi, Habib Raihan Vihardi atas semangat, do'a, canda tawa, motivasi dan semoga kita bisa membahagiakan kedua orang tua kita dan keluarga tercinta.

5. Sahabat yang senantiasa membantu penyelesaian skripsi ini **Akbar Yulanda** semoga ilmu yang diberikan diberkahi dan diridhoi-Nya.
6. Sahabat 95ku **Desi Indah Permatasari, Maijance Oktaryna, Shintya Apriliani, Aldyo Eka Putra** untuk canda tawa kalian dan kebersamaan kita selama ini, semoga kita menjadi sahabat selamanya.
7. **Andi Eka Putra, Sepdia Mautia Putri, M. Febri Juniansyah, Danni Setiadi, dan Endang S. Harahap** untuk semua canda tawa, suka duka, nasihat, semangat, dukungan, cita-cita dan harapan yang telah kita lewati bersama.
8. Sahabat RAIN tersayang **Suari Ika Permata, Agnes Felicia Lubis, Iga Maisari** untuk perhatian, do'a, canda tawa yang selalu kalian beri.
9. **Guntur Nanda Prakasa dan Dharma Adi Putra** atas doa, *support*, motivasi yang telah kalian beri.
10. **Ayu, Aini, Lady, Yunita, Eel** atas kebaikan yang diberikan semoga kita selalu bisa menjalin silaturahmi dengan baik.
11. Teman-temanku Angkatan 2011 terima kasih semangat dan bantuannya.
12. Kakak-kakak tingkat Angkatan 2009, 2010 dan Adik-adik tingkat Angkatan 2012, 2013, 2014, 2015 terima kasih atas bantuan, saran, dan motivasinya.
13. **Pak Irwan, dan Bu Hamidah** yang telah banyak membantu dalam proses administrasi.

14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan do'a, dukungan dan masukan yang berguna untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga segala kebaikan dan pertolongan semuanya mendapatkan berkah dari Allah SWT.

Hanya terima kasih yang dapat penulis berikan, semoga Allah subhanahuwata'ala membalas semua kebaikan yang diberikan kepada penulis dengan rahmat dan karunia-Nya. Penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang membacanya. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Indralaya, Juli 2018

Penulis

**MARKETING STRATEGY ANALYSIS FOR COURSE USING
QUANTITATIVE STRATEGY PLANNING MATRIKS (QSPM) METHOD
AND SWOT MATRIX
(Case Study: Ganesha Operation Course in Plaju)**

By:

**Maulia Hanada Afifah
08111001022**

ABSTRACT

Course selecting or marketing strategy can be used to set the targets and goals in the long run and the direction act and also the allocation of necessary resources. Quantitative Strategy Planning Matrix (QSPM) method can be applied in course to plan the marketing strategy by identifying the internal and external factors of the company, then analyzed by formulating some alternative strategies via SWOT matrix analysis and evaluated by the QSPM method to obtain the priority of marketing strategy for a course. Based on the research that has been done for Ganesha Operation (GO) course in Plaju, we obtain that QSPM analysis in alternative strategies formulated in SWOT matrix for GO course is resulting the highest TAS/Total Attractiveness Score for structure of competition strategy which is overcome by improving the teaching and learning activities facilities with the values of TAS is 32.36 and also we get the internal strength factors affecting students in course selection, such as maximal promotion, strategic location, service, and course facilities that meet the needs of teaching and learning activities.

Keywords: Marketing Strategy, Course, QSPM, SWOT, GO Plaju.

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BIMBINGAN BELAJAR
MENGUNAKAN METODE QUANTITATIVE STRATEGY PLANNING
MATRIX (QSPM) DENGAN MATRIKS SWOT
(Studi Kasus: Bimbingan Belajar Ganesha Operation di Plaju)**

Oleh:

**Maulia Hanada Afifah
08111001022**

ABSTRAK

Strategi dalam pemilihan atau pemasaran bimbel dapat digunakan untuk penetapan terhadap sasaran dan tujuan dalam waktu jangka panjang dan arah tindak serta alokasi sumber daya yang diperlukan. Metode *Quantitative Strategy Planning Matrix* (QSPM) dapat diaplikasikan pada bimbel untuk merencanakan strategi pemasaran dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan kemudian dianalisis dengan merumuskan beberapa strategi alternatif melalui analisis matriks SWOT dan dievaluasi melalui metode QSPM untuk mendapatkan prioritas strategi pemasaran bimbel. Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada bimbingan belajar Ganesha Operation (GO) di Plaju, diperoleh bahwa analisis QSPM pada alternatif strategi yang dirumuskan dalam matriks SWOT bimbel GO menghasilkan nilai TAS/total skor daya tarik tertinggi untuk strategi struktur persaingan yang diatasi dengan meningkatkan fasilitas belajar mengajar dengan nilai TAS 32.36 dan juga diperoleh faktor kekuatan internal yang mempengaruhi siswa dalam pemilihan bimbel, yaitu promosi yang maksimal, lokasi yang strategis, pelayanan, dan fasilitas bimbel yang memenuhi kebutuhan kegiatan belajar mengajar.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Bimbingan Belajar, QSPM, SWOT, GO Plaju

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Pembatasan Masalah	3
1.4. Tujuan.....	4
1.5. Manfaat.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Pendidikan	5
2.2. Strategi Pemasaran	6
2.3. Matriks <i>Internal Factor Evolution</i> (IFE)	6
2.4. Matriks <i>Eksternal Factor Evolution</i> (EFE)	6
2.5. Matriks I-E.....	7
2.6. Analisis Matriks SWOT	7
2.7. Analisis Metode QSPM.....	8
2.8. Uji Validitas dan Realibilitas.....	8

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat	11
3.2. Waktu	11
3.3. Metode Penelitian	11

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Data	12
4.2. Uji Validitas dan Realibilitas.....	13
4.3 Matriks IFE.....	19
4.4 Matriks EFE.....	22
4.5. Matriks IE	24
4.6. Analisis SWOT	25
4.7. Matriks QSPM	27

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	29
5.2. Saran	29

DAFTAR PUSTAKA	30
-----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Hasil kuisisioner untuk kelas XII IPA/IPS.....	13
Tabel 4.2 Uji validasi.....	14
Tabel 4.3 r (Koefisien Korelasi Sederhana) df= 151-170.....	18
Tabel 4.4 Nilai korelasi r hitung dan r tabel.....	18
Tabel 4.5 Hasil kuisisioner faktor internal.....	20
Tabel 4.6 Perhitungan nilai bobot dan rating matriks IFE.....	20
Tabel 4.7 Hasil kuisisioner faktor eksternal.....	22
Tabel 4.8 Perhitungan nilai bobot dan rating matriks EFE.....	23
Tabel 4.9 Matriks SWOT.....	25
Tabel 4.10 Strategi Matriks SWOT.....	25
Tabel 4.11 Matriks QSPM.....	28

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1. Matriks I-E.....	24

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pendidikan ialah sebuah upaya untuk mengembangkan kecakapan individu, baik secara sikap maupun perilaku dalam bermasyarakat (Carter V. Good, 2005). Pendidikan juga bisa dijalani melalui 2 hal yakni pendidikan formal dan non formal. Pendidikan formal ialah pendidikan yang bisa didapat dengan mengikuti kegiatan atau program pendidikan yang terstruktur serta terencana oleh badan pemerintahan misalnya melalui sekolah atau universitas. Pendidikan non formal ialah pendidikan yang bisa didapat melalui aktivitas kehidupan sehari-hari yang tidak terikat oleh lembaga bentukan pemerintahan, misalnya belajar melalui pengalaman, belajar sendiri melalui buku bacaan serta belajar melalui lembaga bimbingan belajar (bimbel) (Soelaman Joesoef, 2001).

Bisnis bimbel telah berkembang sejak lama, bisnis ini menjadi salah satu bisnis yang berkembang menjadi *franchise*. Sasaran pengguna jasa dari usaha ini cukup beragam mulai dari pendidikan dasar sampai umum. Strategi dalam pemilihan atau pemasaran bimbel dapat digunakan untuk penetapan terhadap sasaran dan tujuan dalam waktu jangka panjang dan arah tindak serta alokasi sumber daya yang diperlukan dalam mencapai sasaran dan tujuan tersebut (Alfred Chandel, 2003). Strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan oleh unit bisnis untuk mencapai tujuannya. Strategi pemasaran juga menetapkan suatu target pasar dan suatu bauran pemasaran terkait. Hal ini merupakan suatu gambaran besar dari apa

yang perusahaan akan lakukan dalam beberapa pasar (Pasaribu, 2008). Dengan menggunakan metode QSPM (Quantitative Strategy Planning Matriks) dapat membantu pengguna, dalam hal ini orang tua dan peserta didik dapat mengambil keputusan dengan bantuan beberapa parameter yang telah disediakan.

Matriks QSPM adalah alat untuk melakukan evaluasi pilihan strategi secara objektif dan memilih strategi yang paling cocok dengan lingkungan internal dan eksternal dalam hal ini oleh suatu bimbel. Alternatif strategi yang memiliki nilai total terbesar pada matriks QSPM merupakan strategi yang paling baik untuk dapat diterapkan oleh suatu bimbel. Analisis QSPM merupakan analisis tahap akhir yang digunakan dalam menentukan pilihan prioritas strategi pemasaran bimbel. Tujuan QSPM adalah untuk menetapkan ketertarikan dari strategi-strategi bervariasi. QSPM mengevaluasi ketertarikan relatif dari beberapa pilihan alternatif strategi secara objektif (Bhandari and Verna, 2013; Umar, 2011). Metode ini dapat diaplikasikan pada bimbel untuk merencanakan strategi pemasaran dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan kemudian dianalisis dengan merumuskan beberapa strategi alternatif melalui analisis matriks SWOT dan dievaluasi melalui metode QSPM untuk mendapatkan prioritas strategi pemasaran bimbel. Keuntungan dengan menggunakan matriks QSPM adalah strategi-strategi dapat diperiksa secara berurutan dan bersamaan, serta tidak ada batas untuk jumlah strategi yang dapat dievaluasi secara sekaligus (Zulkarnaen dan Sutopo, 2013).

Penelitian serupa sebelumnya telah dilakukan untuk mendapatkan strategi pemasaran pada Restoran Waroeng Steak Malang dengan menggunakan matriks SWOT dan QSPM oleh Imam Santoso. Penelitian terkait dalam menentukan strategi

pemasaran dengan menganalisis beberapa parameter yang menggunakan matriks SWOT dan QSPM oleh Siti Khotimah untuk perumusan strategi bagi Perguruan Tinggi Swasta (PTS) untuk meraih keunggulan bersaing pada Universitas Merdeka Malang, dalam penelitian ini juga menerapkan metode QSPM dan matriks SWOT untuk mendapatkan strategi pemasaran pada bimbingan belajar Ganesha Operation (GO) di Plaju. Metode ini memiliki keunggulan setiap parameter dalam strategi-strategi dapat diperiksa secara berurut dan bersamaan serta tidak ada batasan strategi yang dievaluasi sekaligus sehingga sangat tepat untuk mendapatkan strategi yang sangat kuat dengan banyak pilihan parameter (Hany Setyorini, 2013).

1.2. Perumusan Masalah

Permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi siswa dalam pemilihan bimbel GO?
2. Bagaimana analisis hasil strategi pemasaran dengan menggunakan metode matriks SWOT dan QSPM?

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan dan mengingat terbatasnya waktu, biaya, dan kemampuan peneliti, maka peneliti membatasi masalah penelitian ini pada analisis strategi pemasaran bimbel GO dan faktor-faktor yang mempengaruhi kelas XII IPA/IPS memilih bimbel GO cabang Plaju.

1.4. Tujuan

Tujuan dilakukan penelitian ini yaitu:

1. Memperoleh faktor yang dijadikan bahan pertimbangan konsumen dalam pemilihan bimbel.
2. Memperoleh strategi pemasaran yang dihasilkan dari metode matriks SWOT dan QSPM.

1.5. Manfaat

Manfaat dilakukan penelitian ini adalah:

1. Bimbel akan meningkatkan kualitas dengan faktor yang telah diketahui.
2. Bahan pertimbangan konsumen dalam penelitian bimbel.
3. Dijadikan kajian bagi peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan masalah yang sama, sehingga hasilnya dapat lebih luas dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S., 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi revisi VI, Jakarta : PT. Rineke Cipta.
- Chandel, A. (2003). *Prosedur dan Strategi Layanan Bimbingan Belajar*. Yogyakarta : CV Aswaja Pressindo.
- Dewi, K.N., Andri, G., dan Yonaldi, S. (2012). Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen dalam Menggunakan Vaseline Hand and Body Lotion di Kota Padang (Studi Kasus di PT. Unilever Cabang Padang). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 3(2): 11-29.
- Fretes, R.A.; Santoso, P. B.; Soenoko, R.; dan Astuti, M. 2013. Strategi Perencanaan dan Pengembangan Industri Pariwisata dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM (Studi Kasus Kecamatan Leitimur Selatan Kota Ambon). *Jurnal Rekayasa Mesin* 4 (2): 109-118.
- Junaidi (2010). Tabel r Koefisien Korelasi Sederhana. Retrieved 2 Mei 2018, from <https://junaidichaniago.wordpress.com>
- Good, C. V., Coombs, H. P. (2005). *Pengertian Pendidikan Menurut Para Ahli*. Retrieved 10 Maret <https://www.sekolahpendidikan.com/2005/02/pengertian-tujuan-dan-fungsi-pendidikan.html>
- Henderson, P. V. S. (2005). *Formal Education*. Columbia University Press.
- Imrona, Mahmud Drs. M. T. 2009. *Aljabar Linier Dasar*. 2009. Jakarta: Erlangga.
- Joesoef, S. (2001). *Konsep Dasar Pendidikan Formal dan Non Formal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kuncoro, M. 2006. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Erlangga. Jakarta
- Marimba, D. A. (2008). Pengertian Pendidikan dan Belajar. Retrieved 2 Maret 2018, from <https://www.learniseasy.com/pengertian-pendidikan-tujuan-manfaat-pendidikan-menurut-para-ahli.html>
- Pasaribu, L. (2008). *Analisis Strategi Pemasaran Susu UHT (Ultra High Temperature) (Studi Kasus: PT. ULTRAJAYA Tbk, Bandung)*. Skripsi. Fakultas Pertanian. IPB. Bogor.

- Prawitasari, Sri Yati. 2010. Analisa SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing (Studi Pada Dealer Honda Tunggal Sakti di Semarang). Skripsi. UNDIP. Semarang
- Santoso, B. B. 2005. *Analisis Sttistika dengan Microsoft Excel dan SPSS*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Sarjono, B. 2013. Pengelolaan Strategi dalam Persaingan Bisnis. *Jurnal Manajemen Strategi*. 9:58-61.
- Sugiyono, 2005. Statistika untuk Penelitian, Cetakan kesebelas, Bandung : Alfabeta.
- Umar, H. (2001). *Strategic Management in Action*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Zulkarnaen, H. O., dan Sutopo. (2013). Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan (Studi Penelitian UKM Snack Barokah di Solo). *Diponegoro Journal of Management*. 2(3): 1-13.