

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)*

Eko Cipto Kuswoyo, Andung Jati Nugroho

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi

Universitas Teknologi Yogyakarta

eko.ckuswoyo@gmail.com, andung.nugroho@staff.uty.ac.id

Abstrak

Metode *Matrix Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)* digunakan untuk mencari strategi alternative dengan bantuan matriks SWOT. Pertama dilakukan adalah mengetahui karakter perusahaan Pri Adhi Husada dengan cara membagi kuisioner, sebelum kuisioner diolah harus di uji validitas dan reabilitas terlebih dahulu untuk memastikan kelayakan kuisioner kemudian setelah kuisioner valid dan realibel data diolah dengan evaluasi matriks faktor eksternal (EFE) , faktor internal (IFE) dan faktor pesaing (CPM). Tahap berikutnya adalah input informasi sebelumnya pada matriks SWOT untuk menuju ke tahap Internal dan Eksternal (IE) berisi informasi strategi alternative yang akan diuji pada matriks QSPM. Pengambilan keputusan adalah uji matriks QSPM dimana strategi alternative dicocokkan dengan variable kuisioner untuk mengetahui berapa besar pengaruh baik strategi alternative bagi perusahaan Pri Adhi Husada. Setelah dievaluasi dengan matriks QSPM, strategi alternative disimpulkan yang paling menarik adalah strategi penetrasi pasar.

Kata kunci: Matriks QSPM , SWOT, perencanaan strategi