

# ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK SLICE WAXED DI PT HABA DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN QUANTITATIVE STRATEGI PLANING MATRIX (QSPM)

Masri Mangamis<sup>1</sup>, Andung Jati Nugroho<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Teknologi Yogyakarta

<sup>2</sup>Universitas Teknologi Yogyakarta

E-mail: achimangamis@gmail.com<sup>1</sup>, andung.nugroho@uty.ac.id<sup>2</sup>

## ABSTRAK

PT.HABA adalah perusahaan dagang dan eksportir produk-produk handicraft berkualitas serta bernilai seni, dengan material utama kayu jati. PT Haba harus mengenali kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam menghadapi persaingan, yang akan sangat membantu dalam mendefinisikan diri, serta memanfaatkan semua peluang. strategi pemasaran adalah upaya untuk menemukan pemasaran yang menguntungkan. posisi dalam sebuah perusahaan. Permasalahan yang didapat adalah data penjualan yang menurun dikarenakan kurangnya inovasi desain atau ukiran produk sehingga membuat konsumen bosan dengan produk yang diproduksi. menetapkan strategi pemasaran yang sesuai atau strategi terbaik bagi PT Haba menggunakan pendekatan metode matriks *SWOT* dan matriks *QSPM*. Berdasarkan analisis *matrix IFE* diperoleh total skor yang dimiliki sebesar 3,43, sedangkan analisis *matrix EFE* sebesar 2,10. Hasil *matrix IE* berada pada sel IV yang disebut strategi tumbuh dan membangun, selain itu pada sel IV terdapat strategi integratif yaitu integrasi ke depan, integrasi ke belakang dan integrasi *horizontal*. Matrik *SWOT* menghasilkan 5 alternatif strategi yang dapat dipilih oleh PT Haba. Berdasarkan matriks *QSPM* alternatif strategi yang paling diusulkan dan diprioritaskan adalah menciptakan produk dengan bentuk dan ukiran yang baru dalam hal ini PT Haba menciptakan berbagai jenis ukiran pada produk-produknya seperti produk yang bermotif alam yang menggambarkan motif bunga-bunga, pohon, hewan dan lain sebagainya diperoleh nilai *TAS* sejumlah 7,18

Kata Kunci : *Matrix IE, Matrix IFE EFE, Matrix QSPM, Matrix SWOT, Pemasaran*

# **MARKETING STRATEGY ANALYSIS OF SLICE WAXED PRODUCTS AT PT HABE USING SWOT METHOD AND QUANTITATIVE STRATEGY PLANNING MATRIX (QSPM)**

## **ABSTRACT**

PT. HABE is a trading company and exporter of high-quality handcraft products with artistic value made primarily of teak wood. PT Habe must understand the company's strengths and limitations in the face of competition, which will be highly beneficial in defining itself and capitalizing on all prospects. A marketing strategy is an attempt to find a profitable marketing position in a business. The issue discovered is that sales data has fallen owing to a lack of design innovation or product carving, causing consumers to become dissatisfied with the products produced. Using the SWOT matrix method approach and the QSPM matrix, identify the optimum marketing strategy for PT Habe. Based on the IFE matrix analysis, the total score obtained is 3.43, while the EFE matrix analysis is 2.10. The outputs of the IE matrix are in cell IV, which is considered a growth and development strategy. There are also integrative strategies in cell IV, which are forward integration, backward integration, and horizontal integration. The SWOT matrix generates five different tactics for PT Habe to consider. According to the QSPM matrix, the most proposed and prioritized alternative strategy is to create products with new shapes and carvings; in this case, PT Habe creates various types of carvings on its products, such as natural patterned products that depict motifs of flowers, trees, animals, and so on, and received a TAS value of 7.18.

Keywords: IE Matrix, IFE EFE Matrix, QSPM Matrix, SWOT Matrix, Marketing

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, J., M. Qutubi. Maghfiroh. N.,M. 2022. Perancangan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Untuk Meningkatkan Penjualan Beras.*Jurnal Tentang Strategi Pemasaran* 8 (1): 61-67.
- Fajri, M. Hapini. Mutia, M. 2022. Strategi Pengembangan Home Industri Dengan Menggunakan Analisis SWOT dan Metode QSPM Studi Kasus Industri Sepatu, Sandal Etnik dan Kulit di CV De Allova Nusantara Hs. *Jurnal Ilmiah Teknik Manajemen Industri* 2 (2):185-196.
- Adha, Lailatul Amalia May. “Penerapan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Keunggulan Strategi Bersaing”. Skripsi, Universitas Brawijaya. 2021.
- Sabirin, Istiqomah. “Strategi Pengembangan Agro Industri Kerupuk Cumi Rumput Laut Khansa Gaza Makasar”. Skripsi, Politeknik Negri Pangka Jene Kepulauan. 2019.
- Ulfa, Udina Agfin. “Analisis Marketing Syariah dan SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Pada PT Multi Istana Batara Ponorogo”. Skripsi, Institut Agama Islam Negri Ponorogo. 2020.
- Utomo, Pamungkas Endro. “Formulasi Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT”. Skripsi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. 2010.
- Riski, M Ihsanul. “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Dengan Metode Quantitative Strategic Planing Matriks (QSPM)”. Skripsi, Sekolah Tinggi Teknologi Indutri Padang. 2019.
- Budiman, Fani Setyawan. “Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Analisis SWOT dan Quantitative Strategic Planing Mtriaks (QSPM) di UKM Your Best Beauty Care”. Tugas Akhir. Universitas Islam Indonesia. 2022.
- Siregar, Mastoani. “Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT dan Quantitative Strategic Planing Matriks (QSPM)”. Tugas Akhir. UIN Suka Riau. 2020.
- Nugroho, Aris. “Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Quantitative Strategic Planing Matriks (QSPM)”. Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2016.
- Aziz, N., T. Rizal, M. Arifianti, R. Husna, A. 2021. Strategi Marketing Pada CV Kembar Jaya Kreatif Dengan Memanfaatkan Analisis SWOT Serta QSPM. *Jurnal Administrasi dan Pemasaran* 4 (2): 128-133.
- Wahyudi, R. Purnomo. 2020 Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode

- SWOT dan QSPM Pada PT Sentral Perkasa Jaya. *Jurnal KnowledgeIndustrial Engineering* 7 (1): 19-29.
- Fuad, N. M. Praptono. Budi.Tri Piawan. 2019. Analisis Strategi Pemasaran Pada CV Madera Art Dengan Menggunakan Metode QSPM. *Jurnal Tentang Strategi Marketing* 6 (2): 6179-6182.
- Sabri, Nurul Ahmad. 2020. Rumusan Strategi Pemasaran Dalam Penjualan Produk Dengan Metode SWOT dan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matriks) Studi Kasus CV Bimanda Elektronik Pekan Baru. *Jurnal Strategi Pemasaran Dan Penjualan* 7 (1): 118-129.
- Purba, R., E. Kusumando, E. 2008. Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode QSPM (Quantitative Strategic Planning Matriks) Di Nimco Indonesia. *Jurnal Tentang Pemasaran*. 1-15.