

STRATEGI SISTEM PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE *SWOT* DAN *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)* (Studi Kasus PT Taru Martani)

Rahmad Fauzan¹, Suseno²

¹Program Sudi Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Teknologi Yogyakarta
Jl. Glagahsari No. 63, Warungboto, Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55164
Email : rhmdfznn2001@gmail.com , suseno@uty.ac.id

ABSTRAK

PT Taru Martani merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri tembakau. Jenis produk yang dijual PT Taru Martani adalah tembakau potong dan cerutu. PT Taru Martani 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. Permasalahan yang didapat adalah data penjualan menurun dikarenakan tingkat perekonomian masyarakat menurun karena terjadinya masa pandemi Covid-19 pada waktu itu dan berdampak sampai sekarang. Menetapkan strategi pemasaran yang sesuai atau strategi terbaik bagi PT. Taru Martani menggunakan pendekatan metode matriks SWOT dan matriks QSPM. Berdasarkan analisis matrix IFE diperoleh total skor yang dimiliki PT. Taru Martani 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 8 alternatif strategi yang dapat dipilih oleh PT. Taru Martani. Berdasarkan matriks QSPM alternatif strategi yang paling diusulkan dan diprioritaskan adalah Menjalin kerjasama dengan komunitas penikmat tembakau untuk meningkatkan minat beli pelanggan dengan skor TAS sebesar 7,18.

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

**MARKETING SYSTEM STRATEGY USING SWOT METHOD AND
QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)
(Case Study of PT Taru Martani)**

ABSTRACT

PT Taru Martani is a company that operates in the tobacco industry. PT Taru Martani sells cut tobacco and cigars as their products. PT Taru Martani needs to acknowledge the strengths and weaknesses of the company when it comes to competing, as this will be crucial in identifying and seizing all opportunities. The marketing strategy is an endeavor to discover lucrative marketing opportunities. The issue is that sales data has decreased due to the community's economic decline caused by the COVID-19 pandemic, which continues to have an impact. Choose the most suitable marketing strategy for PT or determine the best strategy. Taru Martani employs the SWOT matrix method and the QSPM matrix approach. According to the IFE matrix analysis, PT obtained a total score. Taru Martani scores 3.43, while the EFE matrix analysis scores 2.10. The IE matrix shows the results in cell IV, named the growth and development strategy. In cell IV, there is an integrative strategy, including forward integration, backward integration, and horizontal integration. Based on the QSPM matrix, PT. Taru Martani can select from 8 different alternative strategies generated by the SWOT matrix. The most recommended and prioritized strategy is forming a partnership with the tobacco enthusiast community to boost customer buying interest, with a TAS score of 7.18.

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

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Nugroho, B., & Studi Teknik Industri S-, P. (2023). *Analisis SWOT dan Marketing MIX* Pada Produk Keripik Talas Mentari-Koe.
- Ade, P., Tanu, Y., Fortuna, D., Sutantio, E., & Hadi. (2023). Strategi Pemasaran Produk Akar Tanjung Menggunakan SWOT dan BMC. *Jurnal Jatiti Pomosda*, 1(1), 12–26.
- Almanar, H. S. (2020) “Analisis Strategi Bisnis Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Kafur Dengan Menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM),” 2507(February), hal. 1–9.
- Assylla, S., & Nugraha. (2022). Perancangan Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Analisis SWOT dan Metode Topsis. *Jurnal Riset Teknik Industri*, 129–140. <https://doi.org/10.29313/jrti.v2i2.1283>
- Bando, N. (2023). Implementing SWOT analysis toward marketing strategies of purebred chicken eggs at PT. Cahaya Mario Brothers Group Sidrap, South Sulawesi. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 13(5), 129–140. <https://doi.org/10.29322/ijsrp.13.05.2023.p13716>
- Borthakur, M. (2024). Assam tourism: SWOT analysis & marketing strategy. *International Journal of Multidisciplinary Research and Growth Evaluation*, 5(1), 325–328. <https://doi.org/10.54660/ijmrge.2024.5.1.325-328>
- Dewi Puspaningtyas Faeni, Jumawan Jumawan, Nazifa Fitri, Siti Wahdaniyah Putri, Mira Anggaina, Elisa Nabila Putri, & Adelia Vita Arzety. (2023). Penggunaan Analisis SWOT untuk Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(1), 30–38. <https://doi.org/10.55606/optimal.v4i1.2567>
- Dwika, N., & Amrita, A. (2021). Tedung Bali Craft Business Development: SWOT Analysis and Marketing Strategy. *International Journal of Social Science and Business*, 5(1), 1–7. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>
- Faraj Al-Hamdani, F. R., & Lazim Ali, Dr. A. (2020). AN Analytical Study In Investment, Marketing and Medujia Aording To The Stategic Analysis Method (SWOT) Of The Internal Environtment Of IRAQI SPORTS CLUBS. *International Journal of Research in Social Sciences and Humanities*, 10(2), 268–280. <https://doi.org/10.37648/ijrssh.v10i02.024>
- Guo, Y., Zhang, R., & Nie, P. (2023). *Swot Analysis and Feasibility of Museum Cluster Development in Linyi City, China*. <https://doi.org/10.47772/IJRISS>
- Mas'ari, A., Hamdy, M. I., Safira, M. D., Studi, P., Industri, T., Sains, F., Teknologi, D., Sultan, U., Kasim, S., Jl, R. H., & Soebrantas, K. M. (2019). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada Pt. Haluan Riau. In *Jurnal Teknik Industri* (Vol. 5, Issue 2).
- Lestari, D. I., Amilia, W., Rusdianto, A. S., Choiron, M., & Mahardika, N. S. (2024). Marketing Strategy Planning of Kahyangan Coffee Using Marketing Mix in Coffee Shops. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(3), 287. <https://doi.org/10.19184/jsep.v16i3.43030>
- Luh Nurkariani, N., Putu, G., & Kusuma, E. (2022). SWOT Analysis as The Basis of The Marketing Mix in Increasing Income in PT. Elteha International Singaraja.

International Journal of Social Science and Business, 6, 72–76.
<https://doi.org/10.23887/ijssb.v6i1>

- Mayang, A., Astuti, I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). In Anissa Mayang Indri) *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 17, Issue 2).
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). ISSN 2621-7406 ISSN (online). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 2656–6265.
- Nurjannah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Bengkulu, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). In *Jurnal Perbankan Syariah* (Vol. 1, Issue 1). <https://ejournal.stiesyariah Bengkulu.ac.id/index.php/jps>
- Riadi, E., Alexandro, R., Hariatama, F. H., Oktaria, M., & Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Palangka Raya, P. (2022). Analisis SWOT Dan Strategi Pemasaran Usaha Waralaba (Studi Kasus Pada Cokelat Klasik Palangka Raya). *Edunomics Journal*, 3(1), 1–10.
- Riahi Dorcheh, F., Razavi Hajiagha, S. H., Rahbari, M., Jafari-Sadeghi, V., & Amoozad Mahdiraji, H. (2021). Identification, analysis and improvement of red meat supply chain strategies considering the impact of COVID-19 pandemic: a hybrid SWOT-QSPM approach in an emerging economy. *British Food Journal*, 123(12), 4194–4223. <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2020-0865>
- Septyani, T. W., Mirzanti, I. R., & Wibowo, S. A. (2023). Proposed Marketing Strategy to Increase Sales for Home Bedding Business (Case Study: Beddo Chingu). *International Journal of Current Science Research and Review*, 06(07). <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/V6-i7-23>
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Jurnal Mirai Management Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.
- Asmie (2022). *SWOT Analysis In Improving Marketing Strategies In CIRCLE K GUNAWANGSA SURABAYA*. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php>.
- Topchiy, V., Zabarniy, M., & Lugina, N. (2020). *Application Of The Method Of SWOT-Analysis As A Means Of Strategic Planning During The Investigation Of Criminal Cases In The Field Of Economics In Borders*. *Baltic Journal of Economic Studies*, 6(3), 166–170. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2020-6-3-166-170>
- Zainuddin, Z., & Saputra, M. K. (2022). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha UMKM Sederhana (Studi Kasus Desa Konda Kec. Konda) Oleh: Muslimin.
- Sari, M. W. (2019) “Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) Pada Usaha Kecil Menengah (UKM),” 1(September), hal. 86–96. doi: 10.31933/JIMT.