

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK KOWI DAN *HOT PLATE* MENGUNAKAN METODE SWOT DAN *QUANTITATIVE STRATEGI PLANING MATRIX (QSPM)*

Suhandri¹, Andung Jati Nugroho²

^{1,2}Program Studi Teknik Industri, Universitas Teknologi Yogyakarta,
Jl. Glagahsari No63, Warungboto, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta, D.I. Yogyakarta 55164
e-mail: suhandri070400@gmail.com¹, andung.nugroho@uty.ac.id²

ABSTRAK

Globalisasi ekonomi telah meningkatkan persaingan industri, termasuk pada sektor usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia. CV Andhy Karya, sebuah perusahaan pengecoran logam di Klaten, Jawa Tengah, yang memproduksi Kowi (pot peleburan aluminium) dan hot plate, mengalami penurunan penjualan dari Oktober 2023 hingga Maret 2024. Penurunan ini disebabkan oleh persaingan ketat dan strategi pemasaran serta distribusi yang kurang efisien. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran CV Andhy Karya dengan menggunakan pendekatan yang digunakan ialah pendekatan kuantitatif dengan metode SWOT dan QSPM. Faktor internal dan eksternal perusahaan dievaluasi melalui matriks IFE dan EFE. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV Andhy Karya telah meningkatkan pemasaran dengan fokus pada kualitas produk, mempercepat pengiriman bahan baku, dan memanfaatkan teknologi terbaru. Perusahaan juga mengadakan pelatihan berkala untuk memperbaiki kinerja karyawan. Analisis faktor internal menunjukkan kekuatan pada kerja sama tim, sementara kelemahan terletak pada sistem distribusi. Peluang datang dari kerja sama dengan instansi pemerintah, sementara ancaman berupa persaingan. Berdasarkan analisis QSPM, perusahaan memilih strategi teknologi terbaru, pemasaran yang berkembang, dan fokus pada pasar industri.

Kata Kunci : Pemasaran, Matriks IE, SWOT, QSPM

MARKETING STRATEGY ANALYSIS OF KOWI AND HOT PLATE PRODUCTS USING SWOT METHOD AND QUANTITATIVE STRATEGY PLANNING MATRIX (QSPM)

ABSTRACT

Economic globalization has intensified industrial competition, particularly within Indonesia's small and medium enterprise (SME) sector. CV Andhy Karya, a metal casting company located in Klaten, Central Java, which produces Kowi (aluminum melting pots) and hot plates, experienced a decline in sales from October 2023 to March 2024. This downturn was attributed to fierce competition and ineffective marketing and distribution strategies. This study aims to analyze CV Andhy Karya's marketing strategy using a quantitative approach, employing the SWOT and QSPM methods. Internal and external factors affecting the company are assessed through the Internal Factor Evaluation (IFE) and External Factor Evaluation (EFE) matrices. The findings indicate that CV Andhy Karya has enhanced its marketing efforts by prioritizing product quality, expediting the delivery of raw materials, and leveraging the latest technology. The company also conducts regular training sessions to improve employee performance. The internal factor analysis reveals strengths in teamwork, while weaknesses are identified in the distribution system. Opportunities arise from collaborations with government agencies, whereas threats stem from competitive pressures. Based on the QSPM analysis, the company has opted for strategies emphasizing adopting cutting-edge technology, expanding marketing efforts, and targeting the industrial market.

Keywords: Marketing, IE Matrix, SWOT, QSPM

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, L. A. M. (2021). Penerapan analisis SWOT dalam meningkatkan keunggulan strategi bersaing [Jurnal, Universitas Brawijaya].
- Akbar, J., Qutubi, M., & Maghfiroh, N. (2022). Perancangan strategi pemasaran menggunakan metode SWOT dan QSPM untuk meningkatkan penjualan beras. *Jurnal Tentang Strategi Pemasaran*, 8(1), 61–67.
- Aziz, N., Rizal, T., Arifianti, M., & Husna, R. (2021). Strategi marketing pada CV Kembar Jaya Kreatif dengan memanfaatkan analisis SWOT serta QSPM. *Jurnal Administrasi dan Pemasaran*, 4(2), 128–133.
- Budiman, F. S. (2022). Analisis strategi pemasaran menggunakan metode analisis SWOT dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) di UKM Your Best Beauty Care [Jurnal, Universitas Islam Indonesia].
- Fajri, M., & 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.
- Fuad, N. M., Praptono, B., & Piawan, T. (2019). Analisis strategi pemasaran pada CV Madera Art dengan menggunakan metode QSPM. *Jurnal Tentang Strategi Marketing*, 6(2), 6179–6182.
- Nugroho, A. (2016). Analisis strategi pemasaran dengan menggunakan metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) [Jurnal, Universitas Muhammadiyah Surakarta].
- Purba, R., & Kusumando, E. (2008). Analisis strategi pemasaran dengan menggunakan metode QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) di Nimco Indonesia. *Jurnal Tentang Pemasaran*, 1(1), 1–15.
- Riski, M. I. (2019). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan dengan metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) [Jurnal, Sekolah Tinggi Teknologi Industri Padang].
- Sabirin, I. (2019). Strategi pengembangan agroindustri kerupuk cumi rumput laut Khansa Gaza Makassar [Jurnal, Politeknik Negeri Pangkajene Kepulauan].
- Sabri, N. A. (2020). Rumusan strategi pemasaran dalam penjualan produk dengan metode SWOT dan QSPM: Studi kasus CV Bimanda Elektronik Pekanbaru. *Jurnal Strategi Pemasaran dan Penjualan*, 7(1), 118–129.

- Siregar, M. (2020). Analisis strategi pemasaran menggunakan metode SWOT dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) [Jurnal, UIN Sultan Syarif Kasim Riau].
- Ulfa, U. A. (2020). Analisis marketing syariah dan SWOT terhadap strategi pemasaran pada PT Multi Istana Batara Ponorogo [Jurnal, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo].
- Utomo, P. E. (2010). Formulasi strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT [Jurnal, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta].
- Wahyudi, R., & Purnomo, E. (2020). Analisis strategi pemasaran dengan menggunakan metode SWOT dan QSPM pada PT Sentral Perkasa Jaya. *Knowledge Industrial Engineering*, 7(1), 19–29.