

ANALISIS STRATEGI MARKETING PADA PT. ADIDAYA CITRA PERKASA DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT DAN QSPM

MARKETING STRATEGY ANALYSIS IN PT. ADIDAYA CITRA PERKASA CREATIVE USING SWOT AND QSPM ANALYSIS

Zain Mulyana

Prodi S1 Teknik Industri, Universitas Sahid Jakarta, zain.mulyana@gmail.com

Abstract

PT. ACP is a company engaged in the field of Telecommunication Network accessories, especially telephone poles. PT. ACP in 2017 to 2019 it can be seen that there were several months of income that did not meet the predetermined income target. Therefore PT. ACP must plan a new strategy to increase revenue in order to achieve the predetermined target. The marketing strategy designed by PT. ACP is based on several factors, namely the company's strengths, weaknesses, opportunities, and threats. SWOT analysis is used to obtain alternative strategies, where alternative strategies are obtained from internal and external factors of the company. Research data and information consist of primary data and secondary data. The analytical tools used in this research are IFE (Internal Factor Evaluation) matrix, EFE (External Factor Evaluation) matrix, IE (Internal-External) matrix, SWOT matrix (Strengths, Weaknesses), Opportunities, and Threats, and QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). The SWOT matrix produces 4 alternative strategies that can be implemented by the company. Based on the results of the QSPM from 4 alternatives, there is one alternative strategy that is Provide more competitive prices, according to product specifications (TAS: 6.38).

Keyword : Marketing Strategy, IFE, EFE, IE, SWOT, QSPM

[Type here]

Abstrak

PT. ACP merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang aksesories Jaringan Telekomunikasi khususnya Tiang Telpon. Hasil pendapatan PT. ACP pada tahun 2017 sampai tahun 2019 dapat dilihat bahwa ada beberapa bulan pendapatan yang tidak memenuhi target pendapatan yang sudah ditentukan. Karena itu PT. ACP harus merencanakan strategi baru supaya meningkatkan pendapatan agar bisa mencapai target yang sudah ditentukan. Strategi pemasaran yang dirancang PT. ACP berdasarkan beberapa faktor yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Analisis SWOT digunakan untuk mendapatkan alternatif strategi, dimana alternatif strategi didapat dari faktor internal dan faktor eksternal perusahaan. Data dan informasi penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder, alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*), matriks EFE (*External Factor Evaluation*), matriks IE (*Internal-External*), matriks SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats*), dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Matriks SWOT

menghasilkan 4 alternatif strategi yang dapat diimplementasikan perusahaan. Berdasarkan hasil QSPM dari 4 alternatif terdapat salah satu alternatif strategi yang diprioritaskan yaitu Memberikan harga yang lebih kompetitif, sesuai dengan spesifikasi produk (TAS : 6.38)

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, IFE, EFE, IE, SWOT, QSPM