

**PENGGUNAAN MATRIKS SWOT DAN METODE QSPM UNTUK
MENGANALISA DAN MENYUSUN STRATEGI PEMASARAN PRODUK
FURNITUR (Studi Kasus Pada Toko Furnitur Rapy Ray Medan)**

Oleh :

Dwi Amanda Sari

1601020003

ABSTRAK

Semakin ketatnya persaingan yang terjadi pada industri furnitur baik produk lokal maupun impor membuat penjualan menjadi tidak stabil. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat menyusun strategi pemasaran yang tepat agar mampu bertahan di pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa situasi dan meneliti strategi apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan terhadap Toko Rapy Ray. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif dengan teknik analisis data berupa matriks IFAS dan EFAS, matriks SWOT dan QSPM. Berdasarkan hasil penelitian dengan matriks IFAS diperoleh skor bobot sebesar 2.72 dan 2.68 pada matriks EFAS. Untuk matriks SWOT didapatkan sebelas strategi dan pada tahap keputusan dengan metode QSPM diperoleh alternatif strategi yang dapat segera dilakukan oleh Toko Rapy Ray adalah strategi WO (*Weaknesses – Opportunity*) dengan nilai TAS (*Total Attractive Score*) tertinggi sebesar 7.42 dengan strategi memberikan promo menarik khusus untuk UMKM baru di industri makanan dan minuman.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Matriks IFAS, Matriks EFAS, Matriks SWOT, dan QSPM.

USE OF SWOT MATRIX AND QSPM METHODS TO ANALYSIS AND DEVELOP MARKETING STRATEGIC PRODUCT FURNITURE

(Case Study on Furniture Store at Rapy Ray Medan)

Oleh :

Dwi Amanda Sari

1601020003

ABSTRACT

The increasingly intense competition that occurs in the furniture industry both local and imported products makes sales unstable. Therefore, companies are required to be able to devise the right marketing strategic to survive in the market. This research aims to analyze the situation and examine what strategies should be done to increase the sales volume of consistent Rapy Ray. The research method used is qualitative descriptive with data analysis techniques in the form of IFAS and EFAS matrix, SWOT matrix, and QSPM. Based on the results of the study with the IFAS matrix obtained weight scores of 2.72 and 2.68 on the EFAS matrix. For SWOT matrix obtained eleven strategies and at the decision stage with QSPM method obtained alternative strategies that can be done shortly soon by Toko Rapy Ray is WO strategy (*Weaknesses – Opportunity*) with the highest value of TAS (*Total Attractive Score*) 7.42 with a strategy to provide a special promo for new UMKM in the food and beverage industry.

Keywords: Marketing Strategic, IFAS and EFAS matrix, SWOT MATRIX AND QSPM