

# ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN SWOT DAN QSPM DALAM MENCAPAI TARGET PENJUALAN PADA PT. PRATAMA SAKTI MANDALA

Oleh :

ELVI FAELNAR

1601020008

## ABSTRAK

Setiap perusahaan baik bergerak di bidang produk ataupun jasa, mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang. Dalam menghadapi persaingan sesama perusahaan, pemasaran memegang peran penting dalam menunjang kegiatan perusahaan di dalam meningkatkan penjualan. Kegiatan yang dilakukan perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. PT. Pratama Sakti Mandala merupakan perusahaan *manufacturing* yang bergerak di bidang mebel yang mengalami fluktuasi pada pendapatan dan belum memiliki strategi pemasaran, sehingga mempengaruhi kinerja karyawan bagian pemasaran dalam mencapai target penjualan yang telah ditetapkan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui alternatif strategi pemasaran yang tepat bagi PT. Pratama Sakti Mandala dengan menggunakan analisis SWOT dan matriks QSPM. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan mengumpulkan data wawancara, observasi, dokumentasi dan teknik kepustakaan. Narasumber dalam penelitian ini adalah *general manager*, *supplier* dan agen PT. Pratama Sakti Mandala.

PT. Pratama Sakti Mandala berada di posisi Sel I yaitu menunjukkan strategi yang diperlukan untuk perusahaan saat ini adalah *Grow and Build strategy*. *Grow and build strategy* menunjukkan bahwa perusahaan membutuhkan strategi untuk tumbuh lebih baik dan dapat mengembangkan perusahaan menjadi lebih baik.

Hasil dari penelitian ini adalah empat belas alternatif strategi pemasaran yang dapat dilakukan PT. Pratama Sakti Mandala. Dari hasil analisis yang telah dilakukan dengan matriks QSPM, alternatif strategi prioritas untuk diimplementasikan pada PT. Pratama Sakti Mandala adalah “Selalu mengupdate media sosial agar konsumen mengetahui desain terbaru” dengan nilai TAS sebesar 7,00.

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Matrik QSPM**

**MARKETING STRATEGY ANALYSIS USING SWOT AND QSPM IN Achieving SALES TARGETS IN. PRATAMA SAKTI MANDALA**

By :

ELVI FAELNAR

1601020008

**ABSTRACT**

*Every company, whether engaged in products or services, has a goal to live and develop. In facing competition among companies, marketing plays an important role in supporting company activities in increasing sales. Activities carried out by the company must be able to provide satisfaction to consumers. PT. Pratama Sakti Mandala is a manufacturing company engaged in furniture that experiences fluctuations in income and does not have a marketing strategy yet, thus affecting the performance of the marketing employees in achieving the predetermined sales targets.*

*This study aims to analyze and determine the appropriate alternative marketing strategies for PT. Pratama Sakti Mandala using SWOT analysis and the QSPM matrix. This research uses descriptive qualitative methods, by collecting interview data, observation, documentation, and literary techniques. The speakers in this study were general managers, suppliers, and agents of PT. Pratama Sakti Mandala.*

*PT. Pratama Sakti Mandala is in the position of Cell I, which shows the strategy needed for the company at this time is the Grow and Build a strategy. Grow and build strategy shows that a company needs a strategy to grow better and be able to develop the company for the better.*

*The results of this research are fourteen alternative marketing strategies that can be done by PT. Pratama Sakti Mandala. From the results of the analysis that has been done with the QSPM matrix, alternative priority strategies to be implemented at PT. Pratama Sakti Mandala is "Always updating social media so consumers know the latest designs" with a TAS value of 7.00.*

**Keywords: Marketing Strategy, SWOT Analysis, QSPM Matrix**