

Penentuan Strategi Pemasaran menggunakan analisis SWOT Dan QSPM Pada PT. Panca Niaga Bersama

Oleh :

Christian David Lumba Saragih

1901010044

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi apa yang harus dilakukan untuk mencapai target yang ditetapkan PT. Panca Niaga Bersama. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik analisis berupa matriks IFAS EFAS, Matriks SWOT dan QSPM. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan matriks IFAS diperoleh skor bobot sebesar 3,11 dan 3,49 pada ,matriks EFAS. Hasil dari matriks SWOT diperoleh 8 strategi dan pada hasil analisis QSPM didapatkan prioritas strategi pertama adalah strategi : membangun relasi kuat dengan beberapa *supplier*.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Matriks IFAS, Matriks EFAS, Matriks SWOT

Determination of Marketing Strategy using SWOT Analysis and QSPM At PT. Panca Niaga Bersama

By:

Christian David Lumba Saragih

1901010044

ABSTRACT

This study aims to determine what strategies should be carried out to achieve the targets set by PT. Panca Niaga Bersama. The research method used is descriptive qualitative with data analysis techniques in the form of IFAS and EFAS matrices, SWOT matrices and QSPM. Based on the results of the study with the IFAS matrix, a weighted score of 3.11 and 3.49 was obtained on the EFAS matrix. For the SWOT matrix, 8 strategies were obtained and at the decision stage with the QSPM method, the first priority was the strategy: building strong relationships with several suppliers.

Keywords: Marketing Strategy, IFAS Matrix, EFAS Matrix, SWOT Matrix, and QSPM