

ABSTRAK

UKM “DWI PUTRA” merupakan industri kecil yang bergerak di bidang pembuatan kerupuk bawang yang berada di desa Pongangan kecamatan Manyar Gresik. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 1994 dan belum mengalami perkembangan secara signifikan. UKM “DWI PUTRA” juga belum memiliki strategi yang baik dalam pengembangan usahanya bahkan mengalami ketidaksatabilan dalam penjualan produknya, hal tersebut dapat disebabkan karena bertambah banyaknya jumlah pesaing sejenis yang berada di kawasan Gresik, sehingga itu perusahaan dituntut untuk merancang strategi – strategi pemasaran yang lebih baik.

Penelitian ini dilakukan untuk merumuskan strategi pemasaran sesuai dengan kondisi internal dan eksternal perusahaan. Analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal dapat dijadikan acuan utama untuk melakukan perbaikan strategi pemasaran. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT (Strength Weaknesses Opportunities Threats). Di dalam analisis SWOT terdapat beberapa matrik yaitu matrik IFE (Internal Factor Evaluation) dan EFE (External Factor Evaluation), digunakan untuk mencari bobot skor, Matrik I-E digunakan untuk mencari devisi sel perusahaan, dan Matrik SWOT untuk memformulasikan alternatif strategi. Penentuan strategi paling menarik menggunakan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix).

Dari penelitian yang dihasilkan, diperoleh bobot skor matrik IFE sebesar 2,388 sedangkan pada matrik EFE diperoleh bobot skor sebesar 2,388. Dari bobot skor yang telah diperoleh, perusahaan bisa melaksanakan strategi mempertahankan dan memelihara. Dari formulasi matrik SWOT didapatkan sembilan alternatif strategi yang akan ditentukan dengan menggunakan QSPM. Dari hasil pengolahan QSPM terdapat nomor urut pertama yaitu strategi Menjaga hubungan dan komunikasi yang baik dengan karyawan, pelanggan dan pemasok bahan baku dengan skor 4,963 dan strategi yang paling akhir yaitu menerapkan strategi efisiensi atau low cast dengan skor 4,551. Dari hasil ini dapat bermanfaat bagi perusahaan untuk bersaing dengan pesaingnya dan mengembangkan usahannya.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, QSPM

ABSTRACT

UKM "DWI PUTRA" is a small industry engaged in the manufacture of onion crackers located in Pongangan village, Manyar Gresik sub-district. This company was founded in 1994 and has not experienced significant development. UKM "DWI PUTRA" also has not had a good strategy in developing its business and even experienced instability in the sale of its products, this can be caused by the increasing number of similar competitors in the Gresik area, so that companies are required to design better marketing strategies.

This research was conducted to formulate a marketing strategy in accordance with the company's internal and external conditions. Analysis of the internal environment and external environment can be used as the main reference for improving marketing strategies. The approach used in this research is SWOT analysis (Strength Weaknesses Opportunities Threats). In the SWOT analysis there are several matrices, namely IFE (Internal Factor Evaluation) and EFE (External Factor Evaluation) matrices, used to find score weights, I-E matrix is used to find company cell division, and SWOT matrix to formulate strategy alternatives. Determination of the most interesting strategies using QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix).

From the results of the research, the weighted score was obtained at 2,388 while the EFE matrix obtained a weighting score of 2,388. From the weight of the score that has been obtained, the company can implement the strategy of maintaining and maintaining. From the SWOT matrix formulation, nine alternative strategies will be determined using QSPM. From the results of QSPM processing there is the first sequence number, which is the strategy for maintaining good relations and communication with employees, and the most recent strategy to implement an efficiency or low cast strategy with a score of 4,551. From these results, the company will compete with its competitors and develop its business.

Keywords: Marketing Strategy, SWOT Analysis, QSPM