ABSTRAK

Usulan Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM di CV. Media Karya Teknologi

oleh
Ujang Hidayat
1.03.06.015

CV. Media Karya Teknologi, adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang IT pembuatan aplikasi program lab bahasa, yang berlokasi di komplek perumahan Pilar Mas Jl. Pilar Mas 1 C 44 Cimahi 40533 Jawa Barat. Melihat perusahaan-perusahaan pesaing semakin ketat, hal ini yang membuat pentingnya strategi untuk meningkatkan persaing dengan perusahaan sejenis. Cara terbaik dalam meningkatkan persaingan adalah dengan melibatkan langsung faktor-faktor internal dan eksternal yang berkaitan dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Berorientasi kearah pasar untuk mengantisipasi persaingan antar perusahaan sejenis. Perusahaan perlu mengantisifasi permasalahan yang dihadapi baik dari faktor internal dan faktor ekternal yang ada.

Pertama mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor internal yang bersangkutan dengan kekuatan dan kelemahan perusahaan dan faktor eksternal yang bersangkutan dengan peluang dan ancaman apa saja yang akan dihadapi, dengan membuat kuesioner dan menyebarkannya kepada karyawan perusahaan, setelah itu menguji dengan uji validitas dan reabilitas. Langkah kedua dengan menghitung bobot, reting, score pada metrik IFE dan EFE, ketiga memplot total nilai matrik IFE dan matrik EFE kedalam matrik IE. Langkah ke empat membuat metrik SWOT dengan membedakan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari hasil metrik SWOT akan didapatkan empat strategi yang mungkin diterapkan oleh perusahaan. Berdasarkan hasil analisis SWOT dilakukan pemilihan strategi yang tepat, menggunakan QSPM dan akan di dapatkan strategi yang tepat untuk perusahaan.

Telah dirumuskan empat strategi oleh analisis SWOT, maka dipilih strategi alternatif dengan menggunakan QSPM. Strategi yang terpilih dengan menggunakan QSPM adalah strategi satu yaitu Memperluas daerah pemasaran dengan cara promosi, iklan dan publikasi, meningkatkan kualitas SDM yang sudah ada demi mencapai target, melakukan rancangan dan pengembangan produk yang bermutu tinggi dan menambah relasi untuk mendapatkan pelanggan atau konsumen baru dengan cara melakukan kerja sama dengan perusahaan lain, contohnya kerja sama dengan perusahaan penjual produk yang sama, karena nilai TAS merupakan nilai terbesar yaitu 5,114.

Kata kunci : Analisis SWOT, QSPM (Quantitative Strategies Planning Matrix), Strategi Pemasaran.