

Analisis Strategi Pemasaran Box Kemasan Arifin Packaging Dengan Metode SWOT dan QSPM

Hasna Rafifah Azmi

ABSTRAK

Arifin Packaging merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam pembuatan box kemasan yang berbahan dasar kardus. Arifin Packaging memproduksi box kemasan dengan berbagai ukuran dari terkecil sampai yang terbesar sesuai keinginan customer. Permasalahan pada usaha ini adalah Arifin Packaging masih bergantung kepada jumlah pesanan dari pelanggan yang dibuat dalam sistem *pre-order* selama 3-5 hari dan dalam memasarkan produknya hanya dari mulut ke mulut, sehingga ruang lingkup penjualannya belum terjangkau oleh masyarakat luas. Tujuan dari penelitian ini untuk mendapatkan strategi bisnis yang tepat berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal perusahaan. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu matriks IFE dan EFE, matriks IE, Matriks SWOT, dan QSPM. Hasil metrik IE menunjukkan Arifin Packaging berada pada sel II yaitu tumbuh dan membangun. Terdapat lima strategi alternatif berdasarkan matriks IE dan SWOT. Pada perhitungan QSPM dengan membandingkan strategi usulan dan strategi existing, didapatkan nilai total daya tarik terbesar sebagai strategi yang diprioritaskan adalah strategi usulan.

Kata Kunci: Matriks IFE EFE, Matriks IE, Strategi Pemasaran, QSPM, SWOT.

Marketing Strategy Analysis of Arifin Packaging Box Using The SWOT and QSPM Methods

Hasna Rafifah Azmi

ABSTRACT

Arifin Packaging is one of the businesses engaged in the manufacture of packaging box made of cardboard. Arifin Packaging produces packaging box of various sizes according to customer wishes. The problem with this business is that Arifin Packaging still relies on the number of orders from customers who have a pre-order system for 3-5 days and in marketing products only by word of mouth, so the scope of sales has not been reached by the wider community. The purpose of this research is to arrive at the right business strategy based on the company's internal and external factors. The methods used in this research are the IFE and EFE matrix, the IE matrix, the SWOT matrix, and QSPM. The IE metric results show that Arifin Packaging is in cell II, which is growing and building. There are five alternative strategies based on IE and the SWOT matrix. In the calculation of QSPM by comparing the proposed strategy and the existing strategy, it is obtained that the greatest total attractiveness as a prioritized strategy is the proposed strategy.

Keywords: *IFE EFE Matrix, IE Matrix, Marketing Strategy, QSPM, SWOT.*