

ANALISIS STRATEGI PENJUALAN PERUSAHAAN MENGGUNAKAN METODE *CLUSTERING QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING* MATRIX (STUDI KASUS CV ARYAMALIA CERIA MANDIRI)

Aliffiani Biswa Salsabila

ABSTRAK

CV Aryamalia Ceria Mandiri merupakan sebuah usaha yang menjual sprei, handuk, bed cover dan selimut secara grosir maupun eceran. CV ini awalnya memiliki toko offline namun terpaksa menutupnya akibat dampak Covid-19, kini mengandalkan penjualan secara online. Selain itu, ketatnya persaingan dan target penjualan yang belum dapat terpenuhi membuat CV ini harus terus berinovasi agar dapat bertahan ditengah persaingan dan meningkatkan penjualan mereka. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan rekomendasi strategi yang sesuai dengan kondisi CV Aryamalia Ceria Mandiri saat ini. Untuk merekomendasikan strategi, metode yang digunakan adalah matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, matriks SPACE, matriks SWOT, dan C-QSPM. Berdasarkan pengolahan matriks IE, perusahaan berada di sel V dengan kategori *hold and maintain* dan kuadran konservatif pada matriks SPACE. Pada matriks SWOT terdapat 8 formulasi alternatif strategi. Pada tahap C-QSPM alternatif strategi yang memiliki *Sum Total Attractive Score* tertinggi adalah strategi "Memaksimalkan penggunaan social media dalam pemasaran produk" dengan nilai sebesar 5,6739.

Kata Kunci: Pengembangan Usaha, Klasterisasi, QSPM

ANALYSIS OF THE COMPANY'S SALES STRATEGY USING THE QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX CLUSTERING METHOD (CASE STUDY CV ARYAMALIA CERIA MANDIRI)

Aliffiani Biswa Salsabila

ABSTRACT

CV Aryamalia Ceria Mandiri is a business that sells bed linen, towels, bed covers and blankets wholesale and retail.. This CV originally had an offline store but was forced to close it due to the impact of Covid-19, now relying on online sales. In addition, the tight competition and unmet sales targets make this CV must continue to innovate in order to survive in the midst of competition and increase their sales. The purpose of this research is to provide strategy recommendations that are in accordance with the current condition of CV Aryamalia Ceria Mandiri. To recommend strategies, the methods used are IFE matrix, EFE matrix, IE matrix, SPACE matrix, SWOT matrix, and C-QSPM. Based on the IE matrix processing, the company is in cell V with the hold and maintain category and the conservative quadrant in the SPACE matrix. In the SWOT matrix there are 8 alternative strategy formulations. At the C-QSPM stage, the alternative strategy that has the highest Sum Total Attractive Score is the "Maximizing the use of social media in product marketing" strategy with a value of 5.6739.

Keywords: Business Development, Clustering, QSPM