

ABSTRACT

All businesses certainly have their own marketing strategies that are able to increase sales of the products offered where the goal of all businesses is to make a profit. CV. Salve Jaya is a company engaged in the field of home decoration, namely lampshades. The problem that is currently being faced is that the sales of lampshade have not reached the average monthly sales target, so this condition makes CV. Salve Jaya to formulate a strategy that can achieve the goal of increasing lampshade sales and paying less attention to external and internal environmental aspects. The purpose of this study is to identify strengths, weaknesses, opportunities and threats, as well as the formulation of marketing strategies that are generated using SWOT analysis and QSPM. The results showed that the IFAS matrix result was 3.34 and the EFAS matrix result was 3.09. The results of the SWOT matrix diagram explain that CV. Salve Jaya is in the position of the Strength axis and the Opportunity axis in quadrant I. The results of the QSPM matrix produce eight alternative strategies, one main strategy that has the largest score of 6.43 which is used as an alternative formulation of marketing strategy, namely Increasing making products and innovating in new products .

Keywords: IFAS Matrix, EFAS Matrix, SWOT Analysis, QSPM, Marketing, Marketing Strategy.

ABSTRAK

Semua usaha tentu memiliki strategi pemasaran tersendiri yang mampu meningkatkan penjualan terhadap produk yang ditawarkan yang mana tujuan dari semua usaha adalah memperoleh keuntungan. CV. Salve Jaya adalah salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang dekorasi rumah yaitu kap lampu. Adapun masalah yang saat ini dihadapi yaitu Penjualan kap lampu yang belum mencapai rata-rata target penjualan setiap bulannya, sehingga kondisi ini membuat CV. Salve Jaya untuk merumuskan strategi yang dapat mencapai tujuan yakni peningkatan penjualan kap lampu dan kurang memperhatikan aspek lingkungan eksternal dan internal. Tujuan penelitian ini Untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, serta rumusan strategi pemasaran yang dihasilkan dengan menggunakan analisis SWOT dan QSPM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil matrik IFAS sebesar 3,34 dan hasil matriks EFAS sebesar 3,09. Hasil dari diagram matrik SWOT menjelaskan bahwa CV. Salve Jaya berada di posisi sumbu *Strength* dan sumbu *Opportunity* pada kuadran 1. Hasil dari matriks QSPM menghasilkan delapan alternatif strategi, satu strategi utama yang memiliki skor terbesar yaitu 6,43 yang dijadikan sebagai rumusan alternatif strategi pemasaran yaitu Meningkatkan membuat produk serta berinovasi dalam produk baru.

Kata Kunci : Matriks IFAS, Matriks EFAS, Analisis SWOT, QSPM, Pemasaran, Strategi Pemasaran.