



ANALISA STRATEGI PEMASARAN PRODUK DAUR ULANG PLASTIK MENGUNAKAN METODE SWOT DAN METODE QSPM (*QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX*) DI DALANG *COLLECTION*

TENGGU EVA YUNITA
NIM. 11552205371

Tanggal Sidang: 15 Agustus 2019
Periode Wisuda:

Jurusan Teknik Industri
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Jl. HR. Soebrantas No. 155 Simpang Baru, Panam, Pekanbaru, 28293

ABSTRAK

Daur ulang sampah merupakan salah satu cara untuk mengurangi pencemaran lingkungan dan meningkatkan perekonomian masyarakat. Dalang *Collection* merupakan usaha yang memproduksi produk daur ulang plastik. Permasalahan yang sering dihadapi Dalang *Collection* adalah masih banyak masyarakat yang kurang minat menggunakan produk daur ulang plastik, terjadinya penurunan jumlah konsumen dikalangan masyarakat akibat semakin banyaknya pesaing, kurangnya promosi yang dilakukan Dalang *Collection* sehingga banyak yang tidak mengetahui keberadaan Dalang *Collection*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor lingkungan *internal* dan *eksternal* yang mempengaruhi strategi pemasaran dan merancang strategi pemasaran yang paling efektif dalam upaya meningkatkan penjualan produk daur ulang sampah pada Dalang *Collection*. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi perlu melakukan strategi pemasaran dengan menggunakan metode SWOT dan QSPM. Penentuan strategi diterapkan melalui tahap input dilakukan dengan menggunakan metode Matriks Evaluasi Faktor *Internal* (IFE) dan Matriks Evaluasi Faktor *Eksternal* (EFE). Pada matriks IFE didapatkan total skor sebesar 2,714, sedangkan pada Matriks EFE didapatkan skor sebesar 2,998. Tahap pencocokan dengan metode Matriks IE dan Matriks SWOT. Matriks IE menggunakan skor yang didapatkan pada matriks IFE dan Matriks EFE menunjukkan bahwa Dalang *Collection* berada di sel V, dengan strategi yang dapat digunakan yaitu menjaga dan mempertahankan. Matriks SWOT menghasilkan 9 alternatif strategi yang dapat digunakan Dalang *Collection*. Berdasarkan matriks QSPM alternatif strategi yang paling diusulkan dan diprioritaskan adalah ikut kegiatan pameran - pameran di mall, pameran diluar maupun dalam negeri dengan skor TAS sebesar 5,998.

Kata Kunci: Pemasaran, Matriks IFE, Matriks IFE EFE, Matriks SWOT, Matriks QSPM

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau

Sultan Syarif Kasim Riau



AN ANALYSIS STRATEGY MARKETING OF PRODUCT RECYCLING PLASTIC USING SWOT METHOD AND QSPM METHOD (QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX) IN DALANG COLLECTION

TENGGU EVA YUNITA
NIM. 11552205371

Date of Final Exam: August 15rd, 2019
Period of Graduation Ceremony: April 2019

Department of Industrial Engineering
Faculty of Science and Technology
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Soebrantas Street KM 15 No. 155 Simpang Baru, Panam, Pekanbaru, 28293

ABSTRACT

Waste recycling is one way to reduce environmental pollution and increase public finances. Dalang Collection is a business that produces plastic recycling products. Dalang Collection is the most attended by people who are not interested in using plastic recycled products, counting the number of consumers among the community increasing the collection carried out, collecting promotions by the Dalang Collection so that many do not know about the Dalang Collection. This study discusses environmental and external factors that influence marketing strategies and the most effective marketing strategies in increasing sales of waste recycling products in the Dalang Collection. Based on the problems needed a marketing strategy using the SWOT and QSPM methods. Determination of the strategy implemented through the input is carried out using the Internal Factor Evaluation Matrix (IFE) and External Factor Evaluation Matrix (EFE) methods. In the IFE matrix a total score of 2.714 is obtained, while in the EFE Matrix a score of 2.998 is obtained. Phase matching with IE Matrix and SWOT Matrix methods. The IE Matrix uses the scores obtained on the IFE matrix and the EFE Matrix shows that the Puppeter Collection is in cell V, with a strategy that can be used namely running and maintaining. The SWOT matrix produced 9 alternative strategies that could be used by the Dalang Collection. Based on the QSPM matrix the most preferred and prioritized alternative strategy is to take part in exhibitions at the mall, and even exhibitions abroad with a TAS score of 5.998.

Keywords: Marketing, IFE Matrix, IFE EFE Matrix, SWOT Matrix, QSPM Matrix