

ABSTRAK

Dunia industri di Indonesia saat ini semakin berkembang, salah satunya industri di bidang bisnis perdagangan. Bahwa setiap perusahaan memiliki strategi masing-masing baik dalam pemasaran memasarkan produk, menghadapi persaingan bisnis semakin ketat, dan para pengusaha dituntut untuk mengembangkan pemasarannya produk yang dibuat untuk meningkatkan kualitas dan meningkatkan pembelian setiap konsumen terhadap perusahaan dan keputusan pembelian produknya.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti menyusun rencana pemasaran CV Raja Abadi, sebuah usaha yang berkembang pesat dan telah berkembang menjadi saingan berat bagi usaha lain di industri serupa. CV. Raja Abadi memproduksi layang-layang dengan memproduksi dari bahan baku pembuatan layangan terdiri dari : Kertas, Bambu, dan Cat kertas.

Banyaknya *clothing company* saat ini menyebabkan tingkat persaingan yang sangat tinggi dalam industri tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan alternatif strategi pemasaran yang tepat dan mendapatkan urutan prioritas strategi pemasaran bagi CV. Raja Abadi. Penelitian ini menggunakan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* dengan melakukan evaluasi pilihan alternatif secara objektif, menetapkan daya tarik, lalu memutuskan strategi yang terbaik. Metode ini dilakukan dengan tiga tahap yaitu *input stage* dengan matriks IFE dan EFE, dilanjutkan *matching stage* yaitu matriks IE. Tahap terakhir yaitu *decision stage* dengan metode QSPM. Hasil penelitian memberi lima alternatif strategi dengan tiga prioritas strategi tertinggi yaitu meningkatkan kualitas produk, mengembangkan varian dan desain produk, dan membuat strategi harga pasar dalam menghadapi persaingan..

Kata kunci: Industri, Bisnis, manajemen strategi *Quantitative Strategic Planning Matrix*.

ABSTRAK

The industrial world in Indonesia is currently growing, one of which is the industry in the field of trading business. That each company has its own strategy both in marketing marketing products, facing increasingly fierce business competition, and entrepreneurs are required to develop marketing products that are made to improve quality and increase each consumer's purchase of the company and its product purchase decisions.

Based on this, researchers devised a marketing plan for CV Raja Abadi, a fast-growing business that has grown to become a formidable rival to other businesses in similar industries. CV. Raja Abadi produces kites by producing from raw materials for making kites consisting of: Paper, Bamboo, and Paper paint.

The large number of clothing companies today causes a very high level of competition in the industry. The purpose of this study is to get the right alternative marketing strategy and get the priority order of marketing strategy for CV. Immortal King. This study uses the Quantitative Strategic Planning Matrix method by evaluating alternative options objectively, determining attractiveness, then deciding on the best strategy. This method is carried out with three stages, namely the input stage with the IFE and EFE matrices, followed by the matching stage, namely the IE matrix. The last stage is the decision stage with the QSPM method. The results of the study provide five alternative strategies with the three highest strategy priorities, namely improving product quality, developing variants and product designs, and making market price strategies in the face of competition.

Keywords: Industry, Business, strategic management Quantitative Strategic Planning Matrix.