

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN PT RASA JIWA INDONESIA

Ridwan Darmawan
21/490908/PEK/28363

PT Rasa Jiwa Indonesia (PT RAJIN) merupakan perusahaan yang bergerak di industri makanan dengan proses bisnisnya yaitu memproduksi dan menyuplai bahan baku ke seluruh outlet dengan sistem kemitraan (*franchise*). Namun, dalam beberapa tahun terakhir penjualan perusahaan mengalami tren penurunan. Hal ini dapat terjadi karena banyak faktor. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengidentifikasi faktor apa saja yang berpengaruh pada penjualan PT RAJIN sehingga dapat membuat usulan strategi baru untuk penjualan perusahaan.

Tahap pertama yang dilakukan pada penelitian ini adalah mengidentifikasi atribut faktor internal dan eksternal yang berpengaruh pada penjualan PT RAJIN. Selanjutnya, atribut faktor tersebut dimasukkan dalam matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan matriks *External Factor Evaluation* (EFE), kemudian masing-masing diberi bobot dan *rating* kemudian diperoleh skor untuk matriks IFE sebesar 2,92 dan skor pada matriks EFE sebesar 3,01. Selanjutnya skor tersebut dimasukkan dalam matriks Internal-Eksternal dan didapatkan posisi perusahaan berada kuadran II yaitu keadaan *grow and build* sehingga strategi yang cocok dijalankan adalah *market penetration*, *product development* dan *backward integration*. Kemudian dibuat alternatif strategi untuk masing-masing tipe strategi dengan menggunakan matriks SWOT.

Tahap berikutnya untuk memilih strategi utama yang akan dijalankan perusahaan maka strategi-strategi yang telah didapatkan dimasukkan dalam matriks *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) yang kemudian masing-masing strategi di beri skor daya tarik pada tiap atributnya dan kemudian dijumlahkan, sehingga didapatkan skor untuk strategi *market penetration* sebesar 5,355 lalu untuk strategi *product development* sebesar 4,543 dan untuk strategi *backward integration* sebesar 2,946. Sehingga *market penetration* menjadi strategi utama yang akan dijalankan perusahaan untuk dapat meningkatkan penjualan.

Kata Kunci : Analisis Strategi, Matriks IE, Matriks SWOT, Matriks QSPM, Matriks Perbandingan Berpasangan.

ABSTRACT

STRATEGY ANALYSIS TO INCREASE SALES OF PT RASA JIWA INDONESIA

Ridwan Darmawan
21/490908/PEK/28363

PT Rasa Jiwa Indonesia (PT RAJIN) is a company engaged in the food industry with its business process of producing and supplying raw materials to all outlets with a partnership system (franchise). However, in recent years the company's sales have experienced a downward trend. This can occur due to many factors. Therefore, this research was conducted with the aim of identifying what factors affect the sales of PT RAJIN so that it can make new strategic proposals for the company's sales.

The first stage carried out in this study is to identify the attributes of internal and external factors that affect the sales of PT RAJIN. Furthermore, the factor attributes are included in the Internal Factor Evaluation (IFE) matrix and the External Factor Evaluation (EFE) matrix, then each is given a weight and rating then a score for the IFE matrix of 2.92 and a score on the EFE matrix of 3.01. Furthermore, the score is entered in the Internal-External matrix and the company's position is obtained in quadrant II, namely the state of grow and build so that the suitable strategies are market penetration, product development and backward integration.

Then an alternative strategy is made for each type of strategy using the SWOT matrix. The next stage is to choose the main strategy that the company will carry out, the strategies that have been obtained are included in the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) matrix, then each strategy is given an attractiveness score for each attribute and then summed up, so that the score for the market penetration strategy is 5,355 then for the product development strategy of 4,543 and for the backward integration strategy of 2,946. So that market penetration is the main strategy that the company will carry out to be able to increase sales.

Kata Kunci : *Strategy Analysis, IE Matrix, SWOT Matrix, QSPM Matrix, Pairwise Comparison Matrix.*