

USULAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN RM IBU HAJI CIGANEA SERANG DENGAN MENGGUNAKAN METODE QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)

MARKETING STRATEGY FOR INCREASING SALES AT RM IBU HAJI CIGANEA SERANG USING QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM) METHOD.

Muhammad Hafidz Hikmaturrahman¹, Budi Praptono², Maria Dellarosawati³

^{1,2,3}Prodi S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

¹hafidzmuhammad93@gmail.com, ²budipraptono35@gmail.com, ³mariadellarosawati@gmail.com

Abstrak

RM Ibu Haji Ciganea Serang merupakan suatu usaha yang bergerak dalam bidang usaha kuliner yang terletak di Jl. Raya Pandeglang, 42126, Serang. RM Ibu Haji Ciganea Serang menyajikan makanan tradisional khas sunda dan sudah berjalan selama 9 tahun. Permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan pada saat ini adalah tingkat penjualan yang terus menurun yang diakibatkan oleh pesaing dan faktor-faktor internal perusahaan. Oleh karena itu dibutuhkan suatu strategi pemasaran yang tepat guna meningkatkan penjualan dari RM Ibu Haji Ciganea Serang, maka digunakan pendekatan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

Penelitian ini bertujuan untuk membantu perusahaan untuk meningkatkan penjualan dengan menggunakan perhitungan *Attractiveness Scores* (AS) dan *Total Attractiveness Scores* (TAS) pada metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Sebelum dilakukan perhitungan *Attractiveness Scores* dan *Total Attractiveness Scores* dalam metode QSPM, digunakan beberapa tahap terlebih dahulu yaitu, total skor IFAS dan total skor EFAS dalam Matriks IE.

Kemudian, analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal perusahaan dalam menghadapi peluang dan ancaman eksternal perusahaan. Hasil perhitungan dari metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) didapatkan tiga usulan dengan nilai *Total Attractiveness Scores* terbesar dari Sembilan strategi yang dihasilkan dari analisis SWOT.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Analisis Swot, *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM)

Abstract

RM Ibu Haji Ciganea Serang is a business that engaged in culinary business that located at Jl. Raya Pandeglang, 42146, Serang. RM Ibu Haji Ciganea Serang serves traditional Sundanese food and established for 9 years. The problem experienced by the company is the sales figure that dropping by year caused by competitor and internal factors of the company. The right marketing strategy are needed to improve the sales figure, so Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) is used to formulate the marketing strategy.

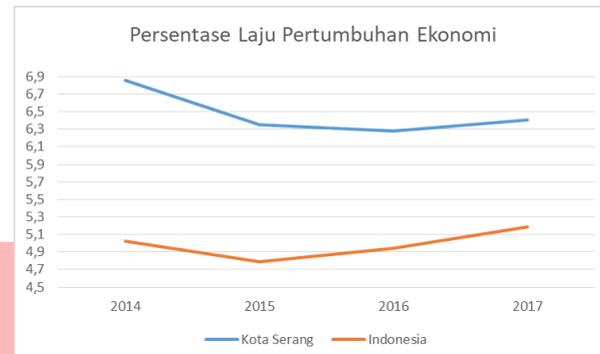
This Study aims to help the company improve the sales figure using calculation of Attractiveness Scores (AS) and Total Attractiveness Scores (TAS) in Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) method. Prior to the calculation of Attractiveness Scores and Total Attractiveness Scores in Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) method, there are several step used, total score of IFAS and total score of EFAS in IE Matrix.

Then, SWOT analysis is used to identify internal strength and weakness of the company in the face of external opportunity and threat. The results of Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) are three proposals of marketing strategy with highest Total Attractiveness Scores from nine strategies that produced from SWOT analysis.

Keyword : Marketing Strategy, SWOT analysis, Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)

1. Pendahuluan

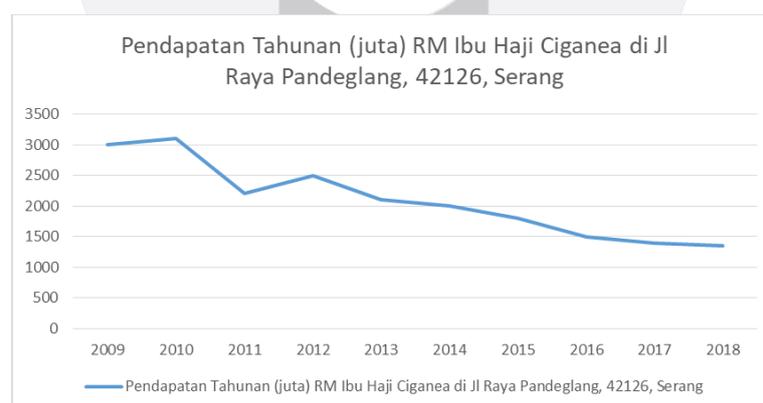
Sebagai ibu kota provinsi paling muda di Pulau Jawa, kota Serang merupakan salah satu kota yang sangat strategis untuk mengembangkan UKM. Hal ini dapat dilihat berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) yang mana kota Serang mengalami pertumbuhan ekonomi sebesar 6,41% pada tahun 2017, jumlah ini lebih besar di bandingkan pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2017 keseluruhan yaitu sebesar 5,19%. Perkembangan ini termasuk berkembangnya sektor UKM salah satunya rumah makan dan restoran. Terlihat dari perkembangan ekonomi kota Serang ini mengindikasikan bahwa usaha kuliner di kota Serang masih memiliki prospek yang menjanjikan.



Gambar 1 Persentase Laju Pertumbuhan Ekonomi
(Sumber : BPS dan BPS Kota Serang)

Salah satu UKM di kota Serang yang bergerak di bidang kuliner adalah rumah makan Ibu Haji Ciganea. Rumah makan Ibu Haji Ciganea yang berlokasi di Jl. Raya Pandeglang, 42126, Serang adalah rumah makan yang menyajikan makanan tradisional khas sunda dan sudah berjalan selama 9 tahun. Hal yang mendasari pemilihan rumah makan Ibu Haji Ciganea yang berlokasi di Jl. Raya Pandeglang, 42126, Serang ini adalah karena terus berkembangnya UKM di Kota Serang. Usaha rumah makan merupakan usaha yang memiliki prospek yang menjanjikan dari waktu ke waktu, hal ini dikarenakan makanan merupakan kebutuhan dasar yang bersifat kontinu bagi manusia dan sudah merupakan gaya hidup.

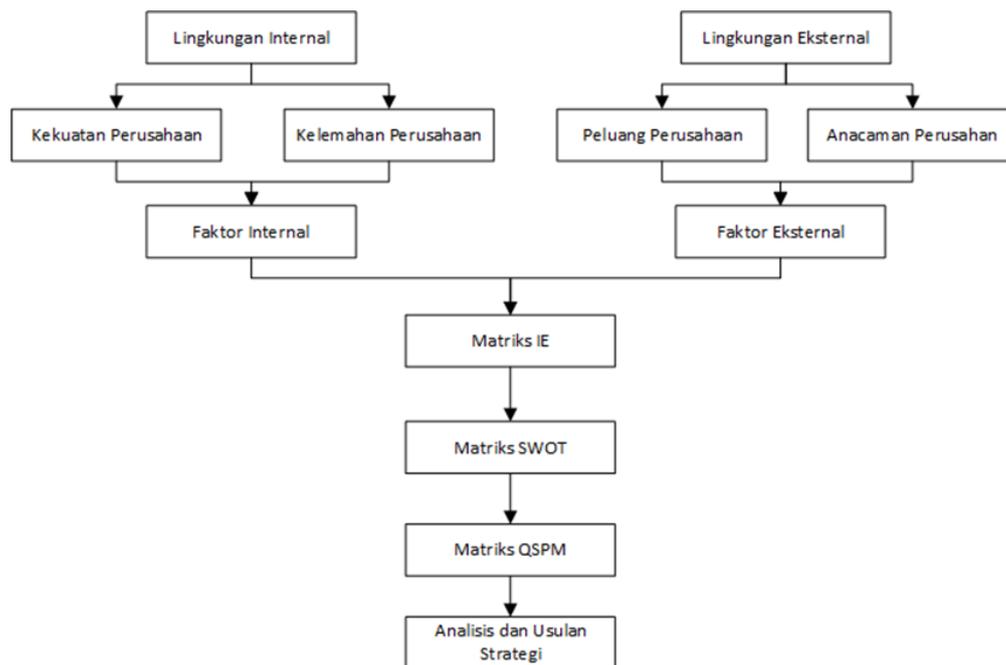
Meski demikian, melihat banyaknya usaha serupa yang tersedia di Kota Serang, dan menurunnya pendapatan rumah makan Ibu Haji Ciganea yang berlokasi di Jl. Raya Pandeglang, 42126, Serang dari tahun ke tahun yang tidak sesuai dengan perkembangan pasar ini, perlu dilakukan suatu pengembangan strategi pemasaran yang mampu meningkatkan penjual yang ditinjau dengan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Metode ini digunakan karena hasil dari metode ini mampu menghasilkan usulan-usulan strategi pemasaran yang di nilai secara kuantitatif, sehingga usulan-usulan tersebut dapat dipertanggung jawabkan. Hasil studi strategi pemasaran akan dapat meningkatkan penjualan dari strategi pemasaran yang didapat, sehingga dapat diketahui strategi pemasaran yang cocok untuk perusahaan, sehingga rumah makan tersebut dapat semakin berkembang dan bersaing dengan kompetitor lainnya.



Gambar 1.2 Pendapatan Tahunan (juta) RM Ibu Haji Ciganea Serang
Sumber : RM Ibu Haji Ciganea Serang

Malewa Melihat data pendapatan tahunan RM Ibu Haji Ciganea yang terus menurun dari tahun ke tahun, sang pemilik, H.Ir.Kodrat Hamimbar mengusulkan dibuatnya strategi pemasaran baru yang dapan meningkatkan penjualan rumah makan miliknya tersebut. Untuk itu diperlukan studi strategi pemasaran berdasarkan metode QSPM yang akan dilakukan pada RM Ibu Haji Ciganea Serang ini.

2. METODE KONSEPTUAL



Gambar 1 Metode Konseptual

Pada model konseptual diatas dapat dilihat bahwa penelitian ini di awali dengan faktor lingkungan dari RM Ibu Haji Ciganea Serang yang merupakan salah satu faktor yang sangat diperhitungkan dalam pengelolaan kegiatan bisnis dan berpengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap aktifitas perusahaan. Lingkungan tersebut terbagi menjadi dua yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Dari lingkungan internal tersebut akan didapatkan data mengenai kekuatan perusahaan dan kelemahan perusahaan. Sedangkan dari lingkungan eksternal akan didapatkan data peluang dan ancaman perusahaan.

Kemudian data yang didapat dari lingkungan internal akan menjadi faktor internal dimana pada faktor tersebut terdapat dua data utama yaitu kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) dari perusahaan. Lalu data yang didapat dari lingkungan eksternal akan menjadi faktor eksternal dimana pada faktor tersebut terdapat dua data utama yaitu peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) perusahaan. Kedua faktor tersebut kemudian diolah menjadi Matriks IE yang berguna untuk menunjukkan letak keberadaan posisi perusahaan yang akan di kaji strategi pemasarannya.

Hasil yang didapat dari Matriks IE akan di masukkan ke Matriks SWOT yang kemudian dianalisis. Setelah didapat hasil matriks SWOT maka data yang diperoleh kemudian diolah menjadi matriks QSPM yang mana akan dianalisis dan menghasilkan usulan strategi bisnis yang sesuai untuk saat ini.

3. PENGOLAHAN DAN ANALISIS

3.1 Pengolahan Data Faktor Internal

Matriks IFAS digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari faktor-faktor internal yang terdapat pada RM Ibu Haji Ciganea Serang. Matriks ini disusun berdasarkan hasil identifikasi dari kondisi lingkungan internal berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki RM Ibu Haji Ciganea Serang.

Tabel 3. 1 Matriks IFAS

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
	KEKUATAN			
1	Rasa makanan	0,070	4	0,281
2	Kualitas rasa	0,073	4	0,292
3	Kebersihan makanan	0,069	4	0,276
4	Penampilan makanan	0,062	3	0,185
5	Variasi makanan	0,048	3	0,145
6	Kesesuaian harga	0,064	4	0,256
7	Kecepatan penyajian	0,060	3	0,181
8	Fasilitas tersedia	0,052	3	0,157
9	Kemudahan dalam menjangkau lokasi	0,063	4	0,252
10	Sarana parkir	0,059	4	0,237
11	Keamanan dan kenyamanan rumah makan	0,057	3	0,172
12	Penerangan rumah makan	0,050	4	0,199
KELEMAHAN				
1	Keramahan, Perhatian, dan kesopanan Pramusaji	0,052	2	0,105
2	Kebersihan dan kerapihan rumah makan	0,061	1	0,061
3	Penampilan pramusaji	0,048	1	0,048
4	Kemudahan transaksi	0,046	2	0,092
5	Promosi yang dilakukan	0,065	1	0,065
Total :		1		3,002

3.2 Pengolahan Data Faktor Eksternal

Matriks EFAS digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari faktor-faktor eksternal yang dihadapi RM Ibu Haji Ciganea Serang. Matriks EFAS disusun berdasarkan hasil identifikasi dari kondisi lingkungan eksternal berupa peluang dan ancaman yang dihadapi oleh RM Ibu Haji Ciganea Serang.

Tabel 3.2 Matriks EFAS

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x
	Peluang			
1	Meningkatnya penduduk kota Serang	0,11	4	0,46
2	Gaya hidup kota Serang	0,12	4	0,49
3	Pertumbuhan ekonomi	0,11	4	0,44
4	Teknologi dapat membantu penjualan	0,11	4	0,44
5	Teknologi dapat membantu manajemen	0,09	3	0,27
ANCAMAN				
1	Banyaknya pesaing saat ini	0,11	1	0,11
2	Banyak bisnis serupa yang bermunculan	0,11	2	0,22
3	Kenaikan harga bahan baku	0,11	1	0,11
4	Kenaikan inflasi	0,12	2	0,24
Total :		1		2,78

3.3 Pengolahan Data Matriks SWOT

Tabel 3.3 Matriks SWOT

SWOT MARIKS	Strength	Weakness
	Rasa makanan yang enak	Kurangnya Keramahan, Perhatian, dan kesopanan Pramusaji
	Kualitas rasa yang terjaga	
	Kebersihan makanan yang baik	Kurangnya Kebersihan dan kerapihan rumah makan
	Penampilan makanan yang menarik	
	Variasi makanan memadai	Penampilan pramusaji yang kurang disukai pelanggan
	Kesesuaian harga produk	
	Kecepatan penyajian yang baik	Sarana pembayaran yang terbatas hanya dengan tunai
	Fasilitas tersedia cukup lengkap	
	Kemudahan dalam menjangkau lokasi	Tidak ada Promosi yang dilakukan untuk menjual produk
	Sarana parkir yang luas	
Kenyamanan rumah makan yang baik		
Penerangan rumah makan		
Opportunity	S-O	W-O
Meningkatnya penduduk kota Serang	1. Meningkatkan fasilitas yang ada dengan teknologi.	1. Melakukan pelatihan terhadap pegawai serta menetapkan <i>dresscode</i> pegawai
Gaya hidup kota Serang		
Pertumbuhan ekonomi	2. Menjaga kualitas makanan agar kualitas tidak berkurang	2. Melakukan promosi dengan menggunakan sarana digital
Teknologi dapat membantu penjualan		
Teknologi dapat membantu manajemen		3. Menyediakan layanan non tunai
Threat	S-T	W-T
Banyaknya pesaing saat ini	1. Mencari langgan pemasok bahan baku agar kualitas makanan terjaga	1. Mempertahankan harga jual untuk bersaing
Banyak bisnis serupa yang bermunculan		
Kenaikan harga bahan baku	2. Mempertahankan dan merawat fasilitas yang sudah ada	2. Memperbaiki penampilan rumah makan untuk menambah daya tarik
Kenaikan inflasi		

Dari hasil Matriks SWOT yang didapat menghasilkan 9 usulan strategi yang akan diteruskan ke dalam perhitungan matriks QSPM. Strategi yang didapat yaitu:

1. Meningkatkan fasilitas dengan teknologi yang ada pada masa sekarang. Salah satunya adalah menyediakan layanan wifi gratis yang mana hal tersebut akan menambah daya tarik pelanggan. Pada saat ini, internet sudah menjadi kebutuhan hamper seluruh masyarakat Indonesia, ditambahnya fasilitas ini akan sangat membantu untuk menarik pelanggan.
2. Menjaga kualitas makanan agar kualitas makanan terjaga dengan cara membuat standar produksi atau proses memasak dari pemilihan bahan baku hingga proses pemasakan makanan. Dari hasil observasi lapangan proses memasak belum ada standar operasinya sehingga menimbulkan kemungkinan untuk berubahnya kualitas rasa makanan.
3. Melakukan pelatihan terhadap pegawai serta menetapkan *dresscode* pegawai. Dari hasil kuesioner terlihat bahwa penilaian pelanggan terhadap pelayanan dan penampilan pegawai kurang baik, hal ini dapat diatasi dengan dilakukannya pelatihan pelayanan terhadap para pegawai terutama pramusaji dan juga menetapkan *dresscode* untuk meningkatkan penampilan para pegawai.
4. Melakukan promosi melalui sarana digital. Banyak keuntungan yang didapat dengan melakukan promosi dengan sarana digital disbanding tradisional, selain biaya yang dikeluarkan jauh lebih murah, jangkauan promosi juga lebih luas. Pada saat ini teknologi yang semakin maju memungkinkan perusahaan untuk melakukan promosi dengan lebih mudah dan murah serta mempunyai jangkauan promosi yang luas. Promosi tersebut dapat dilakukan melalui media sosial, *website* dan memasang iklan pada situs-situs tertentu yang menerima jasa pemasangan iklan. Terlebih lagi pada saat ini perusahaan hanya melakukan promosi melalui *signboard* yang ada didepan rumah makan.
5. Menyediakan layanan pembayaran nontunai. Sering kemajuan teknologi, pemakaian uang tunai semakin berkurang dan masyarakat mulai berpindah ke pembayaran non tunai. Pembayaran non tunai tersebut ada berbagai jenis seperti pembayaran melalui debit atau aplikasi yang ada pada saat ini. RM Ibu Haji Ciganea Serang pada saat ini belum menyediakan layanan pembayaran non tunai dan perhitungan pun dilakukan secara tradisional menggunakan kalkulator.
6. Mencari langgan pemasok bahan baku agar kualitas makanan terjaga. Kenaikan bahan baku seiring kenaikan inflasi tidak dapat dihindari, untuk itu banyak pemasok yang mengurangi kualitas nya untuk memaksimalkan keuntungannya. Perusahaan pada saat ini tidak mempunyai langganan pemasok, hanya membeli bahan baku dari pasar yang tersedia. Untuk itu dibutuhkan pemasok tetap untuk menjaga kualitas bahan baku serta menekan harga kenaikan bahan baku yang ditanggung oleh perusahaan.
7. Mempertahankan dan merawat fasilitas yang sudah ada seperti meja makan, tikar dan toilet. Hal ini perlu dilakukan melihat umur rumah makan yang sudah cukup lama, dan dari hasil observasi ada beberapa fasilitas yang belum diganti sejak pertama dibangun. Melakukan perawatan pada fasilitas sangat penting untuk menjaga fungsi dari fasilitas tersebut.
8. Mempertahankan harga jual untuk bersaing. Hal ini dapat dilakukan untuk bersaing, kenaikan harga bahan baku seiring kenaikan inflasi tidak dapat dihindari dan hal ini juga terjadi dengan pesaing

perusahaan. Dengan mempertahankan harga jual akan mengurangi keuntungan yang didapat akan tetapi akan dapat bersaing karena harga produk pesaing meningkat sedangkan perusahaan tidak.

9. Memperbaiki penampilan untuk menambah daya tarik. Bangunan rumah makan pada saat ini sudah cukup lama, dengan memperbaiki atau merenovasi penampilan bangunan akan menampilkan sebuah suasana baru yang akan dapat menarik perhatian pelanggan.

3.4 Pengolahan Data QSPM

QSPM merupakan alat penentuan prioritas strategi dimana akan ditampilkan hasil total *attractive score* (TAS) dari masing-masing strategi. Kuesioner yang berisikan peringkat daya tarik dinilai oleh responden dan menghasilkan keputusan berdasarkan daya tarik terbesar.

Berdasarkan hasil rekap peringkat yang diberikan responden, selanjutnya dicari nilai rata-rata dari masing-masing responden sehingga diperoleh *Attractiveness Score* (AS). Untuk mendapatkan nilai TAS maka dilakukan perkalian bobot yang telah diperoleh pada matriks IFAS dan EFAS dengan nilai AS yang dihasilkan oleh rekap kuesioner, tabel berikut merupakan hasil TAS yang telah dihitung;

Tabel 3.4 Hasil Matriks QSPM

Strategi	Strategi yang diusulkan	TAS
1	Melakukan promosi dengan menggunakan sarana digital	6,75
2	Meningkatkan fasilitas yang ada dengan teknologi.	6,53
3	Melakukan pelatihan terhadap pegawai serta menetapkan dresscode pegawai	6,09
4	Memperbaiki penampilan rumah makan untuk menambah daya tarik	5,92
5	Menjaga kualitas makanan agar kualitas tidak berkurang	5,39
6	Mempertahankan dan merawat fasilitas yang sudah ada	5,20
7	Menyediakan layanan non tunai	4,94
8	Mencari langgan pemasok bahan baku agar kualitas makanan terjaga	4,73
9	Mempertahankan harga jual untuk bersaing	4,44

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian ini dapat diambil kesimpulan dengan terpilihnya 3 usulan strategi maka perusahaan dapat memilih salah satu strategi atau semuanya. Implementasi dari usulan strategi merupakan kewenangan dari pihak RM Ibu Haji Ciganea Serang. Berikut merupakan rekomendasi cara untuk melakukan 3 usulan strategi QSPM dengan nilai TAS tertinggi, yaitu;

1. Melakukan promosi melalui sarana digital. Untuk melakukan promosi melalui media sosial perusahaan dapat menggunakan beberapa platform media sosial seperti Line, Instagram dan Facebook. Meningkatkan fasilitas dengan teknologi yang ada pada masa sekarang.
2. Meningkatkan fasilitas yang ada dengan teknologi. Salah satunya adalah menyediakan layanan wifi gratis yang mana hal tersebut akan menambah daya tarik pelanggan.
3. Melakukan pelatihan terhadap pegawai serta menetapkan *dresscode* pegawai. Pelatihan pada pegawai dapat dilakukan mandiri dan melalui jasa pelatihan pelayanan. Pelatihan tersebut harus mencakupi standar pelayanan yang baik dari penerimaan pelanggan, penyajian makanan serta standar penampilan.

Selain itu ada tambahan 2 usulan strategi yang paling mudah dan cepat untuk diimplementasikan yaitu;

1. Menyediakan layanan pembayaran nontunai. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan pengajuan ke bank untuk dipinjamkan mesin debit dan pendaftaran ke aplikasi yang menyediakan untuk pembayaran melalui aplikasi yang bersangkutan.

2. Mempertahankan dan merawat fasilitas yang sudah ada seperti meja makan, tikar dan toilet. Hal ini perlu dilakukan melihat umur rumah makan yang sudah cukup lama. Kedua usulan tersebut adalah usulan yang paling rendah biaya, mudah dan cepat untuk diimplementasikan.

4.2 Saran

Setelah melakukan penelitian, terdapat beberapa saran yang diajukan kepada RM Ibu Haji Ciganea serang, yaitu;

1. Menambah unit computer atau laptop di RM Ibu Haji Ciganea dengan perangkat internet untuk membantu kegiatan seperti pembayaran, pembukuan, laporan keuangan serta akun media sosial.
2. Perusahaan perlu merencanakan anggaran dan prosedur untuk perbaikan rumah makan mengingat bangunan rumah makan yang sudah cukup lama serta untuk pelatihan pegawai.
3. Merencanakan anggaran dan prosedur untuk mengimplementasikan alternatif strategi yang diusulkan agar usulan strategi yang di implementasi dapat berjalan secara optimal. Perusahaan juga harus melakukan evaluasi pelaksanaan strategi secara berkala untuk mengetahui seberapa besar pencapaian yang diperoleh perusahaan serta untuk memperbaiki hal-hal yang kurang dalam pelaksanaan.

Berikut adalah saran-saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya dari hasil penelitian yang telah dilakukan;

1. Studi empirik dalam penentuan alternative strategi perlu diperluas dan diperbanyak lagi agar diperoleh hasil yang lebih lengkap, relevan dan dapat dipertanggung jawabkan.
2. Dalam penentuan alternatif strategi lebih baik dilakukan menggunakan pendekatan lainnya, agar pilihan alternatif strategi semakin banyak dan perusahaan dapat memilih strategi yang paling sesuai untuk dilaksanakan.

REFRENSI

- [1] Armstrong, Gary dan Kotler, Philip . 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi. 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- [2] Bennett, P.d. 1988. *Disctionary of Marketing Terms*. New York : The American Marketing Association.
- [3] Porter, M. E. (1991). Strategi Bersaing. Teknik Menganalisis Industri Dan Pesaing. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- [4] Porter, Michael E, 1993. Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul. Cetakan ke 2. Jakarta, Erlangga.
- [5] Rangkuti, Freddy. 2014. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- [6] Stanton, William, J. 1997. *Fundamental of Marketing*. Edisi Bahasa Indonesia Terjemahan oleh F.X. Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- [7] Supriyono, R.A., 1990. Akuntansi Biaya, Perencanaan dan Pengendalian Biaya serta Pembuatan Keputusan., edisi ke 2, Buku 2, Yogyakarta: BPFE.
- [8] Tjiptono, Fandy, 2008. Strategi Pemasaran, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.
- [9] Umar, Husein. (2001). Strategic Management in Action: Konsep, Teori, dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis Strategic Business Unit Berdasarkan Konsep.

