

ABSTRAK

Dealer Tibing Auto mengalami penurunan penjualan yaitu faktor penyebabnya dalam strategi pemasaran yang masih belum optimal. Dengan metode QSPM akan diidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menghasilkan matriks IFAS dan EFAS untuk selanjutnya di presentasikan dalam matriks IE. Hasil dari pengolahan dari matriks IFAS mendapat 2.95 dan matriks EFAS 3.60. Dalam matriks IE didapat posisi Dealer Tibing Auto berada pada kuadran IV. Tahap selanjutnya menyusun matriks QSPM untuk menganalisis formulasi strategi dari hasil IFAS dan EFAS sebelumnya. Dalam metode QSPM terdapat nilai *Total Attractive Score* (TAS) yang merupakan hasil dari perkalian bobot dengan nilai *Attractive Score* (AS). Didapatkan nilai TAS tertinggi 7.00 yang menunjukkan strategi yang harus diprioritaskan yaitu meningkatkan dalam segi promosi pada Dealer Tibing Auto. Tahapan akhir pada penelitian ini merupakan pemilihan strategi yang terpilih menggunakan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) pada Dealer Tibing Auto adalah alternatif strategi 'B' yaitu menjaga kepercayaan konsumen dengan memperoleh nilai akhir paling besar dan menempati peringkat ke – 1 dengan nilai sebesar 0,4733.

Kata Kunci : *Analytical Hierarchy Process* (AHP), *Analisis SWOT*, *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM), *Strategi Pemasaran*

ABSTRACT

Tibing Auto dealers experienced a decline in sales, which was a contributing factor in the marketing strategy that was still not optimal. With the QSPM method, the strengths, weaknesses, opportunities, and threats will be identified which will produce the IFAS and EFAS matrices for further presentation in the IE matrix. The results of the processing of the IFAS matrix got 2.95 and the EFAS matrix 3.60. In the IE matrix, the Tibing Auto Dealer position is in quadrant IV. The next stage is compiling the QSPM matrix to analyze the strategy formulation from the previous IFAS and EFAS results. In the QSPM method there is a Total Attractive Score (TAS) which is the result of multiplying the weight with the Attractive Score (AS) value. The highest TAS value is 7.00 which shows the strategy that must be prioritized, namely increasing in terms of promotion at Tibing Auto Dealers. The final stage in this research is the selection of the chosen strategy using the Analytical Hierarchy Process (AHP) at the Tibing Auto Dealer is an alternative strategy 'B', namely maintaining consumer confidence by obtaining the largest final value and ranking 1st with a value of 0.4733.

Keywords : Analytical Hierarchy Process (AHP), Analisis SWOT, Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM), Strategi Pemasaran