

ABSTRAK

Nama : Syarah Adilla
Program studi : Teknologi Industri Pertanian
Judul : Analisa Strategi Pemasaran Keju Halloumi
Menggunakan Analisis SWOT dan Metode QSPM
Di CV. Milk Cheese Indonesia
Dosen : 1. Ir. Heru Irianto, M.Si
2. Dra. Setiarti Sukotjo, M.Sc

CV. Milk Cheese Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang industri pangan yaitu pengolahan susu sapi dan susu kambing, salah satu produk olahannya menjadi keju halloumi. Perusahaan ini memiliki ciri khas pada produknya, yaitu produk sehat tanpa bahan pengawet berbahaya. Namun seiring dengan banyaknya perusahaan yang berlomba-lomba untuk membuat produk pangan sehat berbasis tanpa bahan pengawet berbahaya di era industri 4.0 ini membuat CV. Milk Cheese Indonesia harus mempunyai sistem yang dapat menarik para konsumen dan pelanggan untuk menjadikan CV. Milk Cheese Indonesia sebagai perusahaan terbaik dalam bidang pangan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan strategi pemasaran keju halloumi di CV. Milk Cheese Indonesia dengan menggunakan analisis SWOT (Strengths-Weakness-Opportunity-Threats) dan metode QSPM (Quantitative Strategy Planning Matrix). Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif menggunakan analisis SWOT dan metode QSPM. Hasil penelitian analisa strategi pemasaran keju halloumi menyatakan bahwa nilai total matriks Internal Faktor Evaluation (IFE) dengan hasil 2.540 dan nilai total matriks External Faktor Evaluation (EFE) 2.953. Analisa strategi pemasaran keju halloumi CV. Milk Cheese Indonesia menggunakan matriks Internal dan Eksternal didapatkan bahwa CV. Milk Cheese Indonesia berada pada sel II dan IV yaitu Grow and Build Strategy (tumbuh dan bina). Dari 10 (sepuluh) alternatif strategi yang didapat dari matriks SWOT kemudian dipilih 3 (tiga) strategi dari alternatif strategi dengan penentuan nilai TAS (Total Attractive Score) tersebut yaitu ST1 membuat iklan publikasi/promosi penjualan via online dengan nilai skor TAS 3.8, ST2 membuat website untuk penjualan via dengan nilai skor TAS 3.8, dan ST3 membuat Sertifikat Izin Edar (BPOM) sebagai sertifikat perizinan usaha dengan nilai skor TAS 2.85.

Kata kunci : CV. Milk Cheese Indonesia, SWOT, QSPM

ABSTRACT

Nama : Syarah Adilla
Program studi : Teknologi Industri Pertanian
Judul : Analisa Strategi Pemasaran Keju Halloumi Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM (*Quantitative Strategy Planning Matrix*) Di CV. Milk Cheese Indonesia
Dosen : 1. Ir. Heru Irianto, M.Si
2. Dra. Setiarti Sukotjo, M.Sc

CV. Milk Cheese Indonesia is one of the companies engaged in the food industry, namely processing cow's milk and goat's milk, one of the processed products is halloumi cheese. This company has a characteristic in its products, namely healthy products without preservatives. However, along with the number of companies competing to make healthy food products based on no harmful preservatives in the industrial era 4.0, CV. Milk Cheese Indonesia must have a system that can attract consumers and customers to make CV. Milk Cheese Indonesia as the best company in the food sector. The purpose of this study was to obtain a marketing strategy for halloumi cheese in CV. Milk Cheese Indonesia using SWOT analysis (Strengths-Weakness-Opportunity-Threats) and QSPM (Quantitative Strategy Planning Matrix) method. This research is descriptive quantitative using SWOT analysis and QSPM method. The results of the analysis of the halloumi cheese marketing strategy stated that the total value of the Internal Factor Evaluation (IFE) matrix was 2,540 and the total value of the External Factor Evaluation (EFE) matrix was 2,953. Halloumi cheese marketing strategy analysis CV. Milk Cheese Indonesia using Internal and External matrix found that CV. Milk Cheese Indonesia is in cells II and IV, namely Grow and Build Strategy. Of the 10 (ten) alternative strategies obtained from the SWOT matrix, then 3 (three) strategies were selected from the alternative strategies by determining the TAS (Total Attractive Score) value, namely ST1 making advertisement publications/sales promotions via online with a TAS score of 3.8, ST2 making website for via sales with a TAS score of 3.8, and ST3 makes a Marketing Permit Certificate (BPOM) as a business licensing certificate with a TAS score of 2.85.

Keywords: *CV. Milk Cheese Indonesia, SWOT, QSPM*