

ABSTRAK

Nama : Nanda Hermawan
Program Studi : Teknik Industri
Judul : **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
DAYA SAING PERUSAHAAN MENGGUNAKAN METODE SWOT
DAN QSPM DI PT ENERBA TEKNOLOGI**
Pembimbing : Yasmin Mauliddina, S.T., M.Sc.

Dalam menghadapi persaingan industri, PT Enerba Teknologi sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan air limbah industri menghadapi tantangan dalam mempertahankan stabilitas proyek dan meningkatkan daya saing. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi strategi pemasaran perusahaan serta merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing menggunakan metode SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan kuesioner yang disebarakan kepada tiga responden di perusahaan. Pada hasil penelitian analisis SWOT dan QSPM menunjukkan hasil strategi yang terpilih sama yaitu mengaplikasikan strategi SO (*Strength - Opportunities*) menghadapi kondisi dimana perusahaan disarankan untuk memanfaatkan kekuatan untuk meningkatkan peluang yang ada. Berikut strategi SO yaitu Meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan kualitas layanan WWTP, Mengembangkan keterampilan melalui kerja sama konstruksi dan pemanfaatan teknologi informasi untuk promosi serta perluasan pemasaran, dan Memanfaatkan lokasi strategis guna mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan pengembangan infrastruktur yang efektif.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Daya Saing, SWOT, QSPM, WWTP.

ABSTRACT

Nama : Nanda Hermawan
Program Studi : Teknik Industri
Judul : **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
DAYA SAING PERUSAHAAN MENGGUNAKAN METODE SWOT
DAN QSPM DI PT ENERBA TEKNOLOGI**
Pembimbing : Yasmin Mauliddina, S.T., M.Sc.

In facing industrial competition, PT Enerba Teknologi as a company engaged in industrial wastewater treatment faces challenges in maintaining project stability and increasing competitiveness. This study aims to analyze internal and external factors that influence the company's marketing strategy and formulate appropriate strategies to increase competitiveness using the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) and QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) methods. Data collection methods were carried out through interviews, observations, and questionnaires distributed to three respondents in the company. The results of the SWOT and QSPM analysis showed the same selected strategy results, namely applying the SO (Strength - Opportunities) strategy to face conditions where the company is advised to utilize strengths to increase existing opportunities. The following SO strategies are: Increasing productivity, efficiency, and quality of WWTP services, Developing skills through construction cooperation and the use of information technology for promotion and marketing expansion, and Utilizing strategic locations to encourage sustainable economic growth and effective infrastructure development..

Keywords: Marketing Strategy, Competitiveness, SWOT, QSPM, WWTP.