

**PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE
SWOT DAN QSPM UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN BERAS**

(Studi Kasus : Perum BULOG Kanwil Aceh)



Disusun Oleh:

Nama : M. Jihad Akbar

NIM : 17522122


**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Demi Allah, saya akui karya ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan yang setiap satunya telah saya jelaskan sumbernya. Jika dikemudian hari ternyata terbukti pengakuan saya ini tidak benar dan melanggar peraturan yang sah dalam karya tulis dan hak kekayaan intelektual maka saya bersedia ijazah yang telah saya terima untuk ditarik kembali oleh Universitas Islam Indonesia.

Banda Aceh, 06 Maret 2022



Muhammad Jihad Akbar
17522122

SURAT KETERANGAN PELAKSANAAN TUGAS AKHIR DARI PERUSAHAAN / LABORATORIUM TERKAIT



Perum BULOG
Kantor Wilayah Aceh
Jl. Teungku H.M Daud Beureueh
Banda Aceh



Telp. (0651) 23920
Fax. (0651) 32716



divre_nad@bulog.co.id

Nomor : B- 018 /II/01040/HM.03/02/2022 Banda Aceh, 22 Februari 2022
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Persetujuan Izin Penelitian Tugas Akhir

Yth. Dekan Fakultas Teknik Industri
Universitas Islam Indonesia
Jln. Kaliurang Km 14,5 Yogyakarta 55584

Dengan Hormat,

Sesuai dengan Surat Sek. Prodi S1 Teknik Industri Nomor : 13/Penelitian TA/Sek.Prodi.S1/20/TI/II/2022 tanggal 07 Februari 2022 Perihal Permohonan Ijin Penelitian Tugas Akhir, dengan ini disampaikan bahwa pada prinsipnya Perum BULOG Kanwil Aceh menyetujui Izin Penelitian sepanjang mengikuti ketentuan yang berlaku di lingkungan Perum BULOG. Izin Penelitian dengan judul "Perancangan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Dalam Upaya Mempertahankan Serta Meningkatkan Penjualan Beras" tersebut telah dilaksanakan pada tanggal 14 s.d. 22 Februari 2022, dengan nama mahasiswa sebagai berikut :

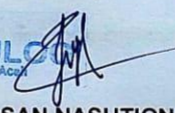
NO	NAMA	NIM	JURUSAN / PRODI
1.	Muhammad Jihad Akbar	17522122	Teknik Industri

Demikian disampaikan, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

PERUSAHAAN UMUM (PERUM) BULOG
Kantor Wilayah Aceh



BULOG
Kanwil Aceh


IRSAN NASUTION
Pemimpin

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

**PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE
SWOT DAN QSPM UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN BERAS**

(Studi Kasus : Perum BULOG Kanwil Aceh)

TUGAS AKHIR



Nama : Muhammad Jihad Akbar

NIM : 17 522 122

Yogyakarta, 06 Maret 2022

Dosen Pembimbing

Dr. Qurtubi, S.T., M.T.

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN QSPM UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN BERAS

(Studi Kasus : Perum BULOG Kanwil Aceh)

TUGAS AKHIR

Oleh

Nama : Muhammad Jihad Akbar

No. Mahasiswa : 17 522 122

Telah dipertahankan didepan sidang penguji sebagai satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Teknik Industri

Yogyakarta, 22 Agustus 2022

Tim Penguji

Dr. Qurtubi, S.T.,M.T.

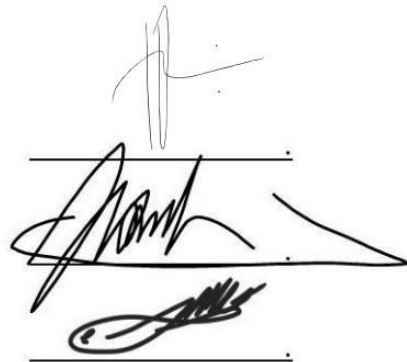
Ketua

Dian Janari, S.T.,M.T.

Anggota 1

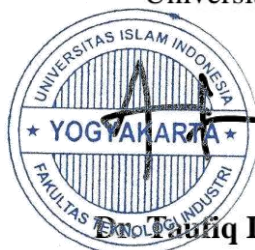
Elanjati Worldailmi, S.T.,MSc.

Anggota 2



Mengetahui

Ka. Prodi Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Islam Indonesia



Dr. Taufiq Immawan, S.T., M.M.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim. Dengan segenap rasa syukur kepada Allah SWT, karya tulis ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua saya. Terima kasih atas segala hal yang telah diberikan kepada saya. Terima kasih atas segala doa – doa yang selalu terucap. Terima kasih karena selalu memberikan motivasi dan dorongan kepada saya untuk menjadi orang sukses yang berguna bagi nusa dan bangsa.

HALAMAN MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ^{قَالَ}

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

– (Al-Baqarah: 286)

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaiku. Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT. karena rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan keselamatan dan kesehatan bagi kita semua. Karena hidayah yang telah diberikan-Nya sehingga diberikan kelancaran bagi penulis untuk menyelesaikan karya tulis ini.

Shalawat dan salam kita kita sanjungan kepada Nabi Muhammad SAW. Serta kepada seluruh sahabatnya yang telah membawa umat manusia dari alam kebodohan menuju ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Alhamdulillah, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : **Perancangan Strategi Pemasaran Perum Bulog Dalam Mempertahankan Dan Meningkatkan Kualitas Produk Menggunakan Metode SWOT dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)**. Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Teknik Industri Universitas Islam Indonesia Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dengan selesainya skripsi ini, penulis hanya bisa mengucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dengan memberikan sumbang sarannya, terutama kepada :

1. Dr. Taufiq Immawan, S.T., M.M. selaku Ka. Prodi S1 Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Indonesia.
2. Dr. Qurtubi, S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir.
3. Irsan Nasution selaku Pimpinan Perum BULOG Kanwil Aceh.
4. Achmad Farok selaku Asisten Manajer Marketing & Hubungan Pelanggan.
5. Kedua orang tua saya yang terus memberikan dukungan baik materi maupun non materi.
6. Teman – teman Teknik Industri angkatan 2017 yang banyak membantu atau mengetahui.
7. Semua pihak yang telah membantu selama sebelum pelaksanaan hingga selesainya laporan tugas akhir ini.
8. Zikra Afdalia Putri S. Farm yang selalu menjadi *support system* bagi saya.

Tiada kata yang dapat penulis ungkapkan untuk menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya melainkan hanya untaian doa, semoga apa yang telah dilakukan kepada penulis mendapat imbalan dan balasan yang tepat dari Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Last but not least, i wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for always being a giver and tryna give more than i receive. I wanna thank me for tryna do more right than wrong. I wanna thank me for just being me at all times.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Banda Aceh, 24/02/2022

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Muhammad Jihad Akbar', with a horizontal line drawn through the middle of the signature.

Muhammad Jihad Akbar
NIM. 17522122

ABSTRAK

Perusahaan BULOG merupakan salah satu BUMN yang bergerak di bidang pangan. Salah satu produk yang dihasilkan BULOG adalah beras. Beras merupakan makanan pokok masyarakat Indonesia yang kebutuhannya selalu meningkat di setiap tahun. Banyaknya kompetitor swasta yang tidak terikat dengan pemerintah menjadi sebuah tantangan bagi Perum BULOG Kanwil Aceh dalam menjual produknya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor internal dan eksternal serta membuat rekomendasi strategi untuk perbaikan pemasaran pada Perum BULOG Kanwil Aceh. Metode yang digunakan yaitu analisis SWOT dan QSPM. Pada analisis SWOT, Perum BULOG Kanwil Aceh berposisi pada kuadran III dan strategi yang digunakan adalah mengubah strategi. Strategi yang terpilih adalah *weaknesses – opportunity*. Skor TAS tertinggi pada analisis matrix QSPM sebesar 3,75. Strategi yang terpilih adalah membuat strategi promosi yang unik untuk menarik minat masyarakat ditengah harga pasar yang tinggi.

Key Word : Beras, SWOT, QSPM, Strategi.

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	i
SURAT KETERANGAN PELAKSANAAN TUGAS AKHIR DARI PERUSAHAAN / LABORATORIUM TERKAIT	ii
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang Masalah.....	1
Rumusan Masalah.....	3
Batasan Masalah.....	3
Tujuan Penelitian.....	3
Manfaat Penelitian.....	3
Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
Kajian Induktif.....	6
Kajian Deduktif.....	16
Strategi pemasaran (<i>Marketing Strategic</i>).....	16
Analisa SWOT	17
QSPM (<i>Quantity Strategic Planning Matrix</i>).....	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
Lokasi dan Objek Penelitian.....	20
Pengumpulan Data.....	20
Observasi	20
Wawancara	20
Jenis Data.....	20

Data Primer.....	20
Data Sekunder.....	20
Prosedur Penelitian.....	21
Pengumpulan Data.....	21
Pengolahan Data	21
Penyajian Data	22
Penarikan Kesimpulan	22
Metode Penelitian.....	23
Alur Penelitian	24
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	25
Profil Perusahaan	25
Deskripsi Singkat Perusahaan.	25
Visi dan Misi.....	25
Tujuan Perusahaan.....	26
Data Operasional.	26
Struktur Organisasi	27
Pengumpulan Data	27
Faktor Internal Kekuatan (<i>Strength</i>) dan Kelemahan (<i>Weaknesses</i>).	27
Faktor Eksternal Peluang (<i>Opportunity</i>) dan Ancaman (<i>Threats</i>).....	28
Pengolahan Data.....	29
Analisis Lingkungan Internal	29
Analisis Lingkungan Eksternal.....	30
Analisis Matriks SWOT	33
QSPM.....	35
BAB V PEMBAHASAN	39
Strategi Faktor Internal dan Eksternal	39
Analisis SWOT	41
Analisis QSPM.....	42
BAB VI PENUTUP	43
Kesimpulan	43
Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN.....	47

DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>State Of The Art</i>	5
Tabel 2. Matrix IFE.....	19
Tabel 3. Matrix EFE.....	20
Tabel 4. Matrix SWOT	20
Tabel 5. Tabel QSPM	21
Tabel 6. Faktor Internal.....	23
Tabel 7. Faktor Eksternal	24
Tabel 8. Perhitungan IFE	29
Tabel 9. Perhitungan EFE	30
Tabel 10. Analisis SWOT	34
Tabel 11. Tabel Penilaian QSPM.....	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Diagram Analisis SWOT	16
Gambar 2. Diagram Alur Penelitian	20
Gambar 3. Struktur Organisasi.....	23
Gambar 4. Kuadran SWOT.....	33
Gambar 5. Dokumentasi Penelitian 1	47
Gambar 6. Dokumentasi Penelitian 2	47
Gambar 7. Dokumentasi Penelitian 4	48

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan sebutan negara agraris, dikarenakan sebagian besar penduduknya bekerja di sektor pertanian. Penduduk Indonesia sebagian besar memiliki mata pencaharian sebagai petani atau bercocok tanam (Aryadhana, Astiti, & Suardi, 2018). Keberadaan para petani menjadi penting bagi Indonesia untuk turut serta berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tanaman padi (*Oryza sativa L.*) mengandung nutrisi yang diperlukan tubuh dan merupakan tanaman pangan penting yang menjadi makanan pokok lebih dari setengah penduduk dunia (Ikhwani, Pratiwi, Paturrohman, & Makarim, 2013). Dalam kehidupan ekonomi Indonesia, padi merupakan komoditas tanaman pangan penghasil beras yang memegang peranan penting. Beras adalah makanan pokok masyarakat yang tidak bisa digantikan dengan makanan pokok lainnya seperti sagu, jagung, umbi-umbian dan yang lainnya. Sehingga untuk memenuhi kebutuhan asupan karbohidrat dan penambah energi dalam tubuh yang dapat mengenyangkan, prioritas utama masyarakat adalah beras. Hampir 90% masyarakat Indonesia menjadikan padi sebagai tanaman pangan yang dikonsumsi sehari-hari (Donggulo, 2017).

Dikarenakan peningkatan pertumbuhan penduduk yang semakin pesat, maka permintaan akan pertumbuhan pangan juga semakin meningkat. Ketidakseimbangan produksi dengan permintaan bahan pokok khususnya beras, mengakibatkan terjadinya krisis pangan di Indonesia. (Laksmiari, 2017) menyebutkan hingga sampai tahun 2015, sebagian provinsi di Indonesia melakukan kegiatan impor beras yang besar. Jika dilihat dari ketersediaan beras di Indonesia seharusnya dapat memenuhi kebutuhan. Fluktuasi harga beras di Indonesia masih terlalu tinggi yang menyebabkan ruginya para petani dan juga dapat memberatkan daya beli masyarakat (Tangkudung, 2016).

Perum BULOG memiliki tugas salah satunya yaitu melakukan pengamanan harga dasar pembelian untuk gabah dan beras petani serta pengendalian/stabilisasi harga pokok di tingkat konsumen melalui penyaluran beras untuk keluarga pra sejahtera (RASTRA) dan pengelolaan stok pangan.

Seiring perjalanan waktu, banyak market di beberapa wilayah yang semakin mengurangi outlet penyaluran beras BULOG. Selama ini BULOG diidentikkan dengan penyalur beras berkualitas rendah sehingga BULOG sebagai BUMN yang mempunyai tujuan peningkatan profit melakukan pembenahan dengan memproduksi beras dan komoditas pangan lainnya dengan kualitas yang lebih baik menggunakan kemasan untuk dapat bersaing dengan perusahaan sejenis (Mardati S, A, & Maming, 2019).

Adapun pengertian dari strategi pemasaran yaitu kegiatan untuk mencapai tujuan sebuah perusahaan dengan menerapkan suatu pola pikir pemasaran yang digunakan oleh unit. Strategi pemasaran juga menetapkan suatu bauran pemasaran terkait dan suatu target pasar. Dalam beberapa pasar, hal ini merupakan suatu gambaran besar tentang apa yang akan dilakukan oleh sebuah perusahaan (Pasaribu, 2008). Pelaku bisnis perlu melakukan perancangan strategi dikarenakan semakin tepat strategi yang di terapkan maka akan semakin kuat bisnis tersebut dalam menghadapi persaingan (Sarjono, 2013). Dalam melakukan perancangan strategi, perlu diketahui faktor lingkungan eksternal maupun internal perusahaan. Faktor lingkungan eksternal yang perlu diketahui yaitu seperti peluang dan ancaman yang akan dihadapi sebuah perusahaan. Sedangkan, faktor lingkungan internal seperti kekuatan dan kelemahan dari perusahaan. Berdasarkan permasalahan yang timbul, maka perusahaan perlu membuat rancangan strategi pemasaran yang tepat serta memperbaiki beberapa faktor untuk mempertahankan perusahaan dalam menghadapi pesaing.

Pada penelitian ini, peneliti akan menerapkan metode analisis SWOT dan QSPM. Metode SWOT dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) adalah metode yang dapat digunakan untuk mengutamakan strategi pasar. Penggunaan kedua metode ini juga dapat mengembangkan model konseptual yang tepat dalam mengidentifikasi area optimal yang sangat penting bagi perkembangan strategi perusahaan selanjutnya. Metode SWOT digunakan untuk mengambil keputusan dalam menentukan strategi perusahaan yang akan digunakan berdasarkan kekuatan serta peluang yang dimiliki perusahaan secara efektif dan efisien. Keuntungan yang didapatkan perusahaan jika menggunakan analisis SWOT yaitu perusahaan dapat mengetahui faktor internal dan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi penjualan produk. Sedangkan Metode QSPM (*Quantity Strategic Planning Matrix*) digunakan untuk mengevaluasi

strategi berdasarkan faktor internal dan eksternal dari perusahaan. Adapun keuntungan yang didapatkan Perusahaan BULOG jika melakukan penelitian dengan menerapkan matrix QSPM adalah setiap strategi yang dianalisis akan dapat diperiksa secara bersamaan dan berurutan. Selain itu, jumlah strategi yang akan di evaluasi pun tidak memiliki batas sehingga semua strategi yang ada dapat di evaluasi secara sekaligus (Zulkarnaen & Sutopo, 2013). Metode-metode ini dapat diaplikasikan untuk merencanakan strategi pemasaran dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan BULOG.

Rumusan Masalah.

1. Apa saja yang termasuk dalam faktor internal serta faktor eksternal yang dapat mempengaruhi penjualan produk pada perusahaan BULOG?
2. Bagaimana usulan rancangan strategi pemasaran yang tepat untuk perusahaan BULOG agar dapat meningkatkan penjualan produk?

Batasan Masalah.

Agar lebih terarah dan mudah di pahami, lingkup penelitian dibatasi sebagai berikut:

1. Objek penelitian adalah strategi pemasaran Perum BULOG Kanwil Aceh.
2. Rancangan penelitian dengan menggunakan metode SWOT dan QSPM dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal agar dapat merencanakan atau merancang strategi pemasaran yang baik bagi Perum BULOG Kanwil Aceh.
3. Output penelitian yang dilakukan hanya sampai pada pemberian usulan atau evaluasi perbaikan mengenai strategi pemasaran yang telah ditentukan.

Tujuan Penelitian.

1. Untuk mengetahui faktor internal serta faktor eksternal yang dapat mempengaruhi penjualan produk pada Perum BULOG Kanwil Aceh
2. Untuk mengetahui rancangan strategi pemasaran yang tepat bagi Perum BULOG Kanwil Aceh agar dapat meningkatkan penjualan produk.

Manfaat Penelitian.

1. Memberikan gambaran rancangan strategi pemasaran kepada perusahaan sebagai upaya untuk meningkatkan serta mempertahankan penjualan produk.

2. Dapat menentukan tujuan serta jangkauan pasar yang akan dicapai Perum BULOG Kanwil Aceh.
3. Perusahaan mampu dalam menghadapi kondisi perubahan pasar dan pesaing lainnya.

Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

Adapun sistematika penulisan disusun sebagai berikut :

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi awalan permasalahan yang akan dibahas. Bab ini berisi antara lain latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, dan sistematikan penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang penjelasan mengenai teori-teori yang digunakan sebagai landasan pemecahan masalah. Pada bab ini juga mencantumkan beberapa penelitian terdahulu sebagai panduan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi penjelesana tentang materi atau bahan penelitian, cara penelitian, alat penelitian, data, variabel penelitian, serta metode penelitian yang akan digunakan.

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini peneliti menyajikan data yang telah dikumpulkan dari hasil observasi yang kemudian data tersebut diolah berdasarkan hasil perhitungan.

BAB V : PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi penjelasan yang diperoleh dari hasil pengolahan data.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab terakhir ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian serta saran peneliti bagi instansi.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Kajian Induktif.

State of the art (SOTA) merupakan sebuah kumpulan data yang merangkum hasil penelitian mengenai siapa saja yang melakukan, di mana, masalah yang diteliti, metode apa yang digunakan, dan hasil dari penelitian. SOTA memanfaatkan data dari penelitian sebelumnya yang berfungsi sebagai analisa dan mendukung pembahasan penelitian kedepannya, selain itu SOTA juga digunakan untuk membedakan penelitian yang sedang dilakukan dengan penelitian terdahulu. Sebagai panduan ataupun contoh untuk penelitian ini, maka akan diambil beberapa penelitian terdahulu. Jurnal tersebut antara lain sebagai berikut:

Tabel 1. *State of the art.*

No	Judul	Penulis	Tahun	Variabel yang digunakan	Metode	Perbandingan
1.	Analisis SWOT Sebagai Alternatif Penentuan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Pada Grand Clarion Hotel & Convention Makassar).	Theresia Dwita Lestari Sutikno	2017	Faktor internal dan eksternal hotel Grand Clarion	Analisis SWOT dan QSPM	Peneliti menggunakan metode SWOT dan QSPM untuk menemukan alternatif strategi pemasarannya agar dapat menentukan <i>occupancy room</i> sebesar 0,0002 % per bulannya. Sedangkan penelitian ini akan dilakukan agar dapat menentukan

						strategi pemasaran agar dapat meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk.
2.	Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Produk Olahan Coklat.	Difana Meilani dan Roby Febrinaldo	2016	Faktor internal dan eksternal UKM produk coklat	SWOT dan QSPM	Pada penelitian ini dengan menggunakan metode SWOT dan QSPM yang kemudian diperoleh alternatif strategi sebanyak 15 strategi. Kemudian diperoleh satu strategi yang menjadi prioritas yaitu mengembangkan lokasi pabrik agar menjadi pusat pengolahan coklat. Sedangkan penelitian ini dilakukan untuk meneliti strategi pemasaran produk beras.
3.	Analisis Strategi	Sarwinda Pamareta	2017	Faktor internal dan	SWOT dan QPSM	Penelitian ini membahas

	Pemasaran Es Krim Walls dengan Pendekatan SWOT dan QSPM pada PT Roxy Prameswari di Lampung			eksternal PT. Roxy		tentang persaingan yang kompleks dan mengharuskan perusahaan memiliki strategi yang sesuai. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan meneliti strategi pemasaran produk beras.
4.	Strategi Pengembangan Usaha Cokelat Menggunakan <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM) dan <i>Multi Attribute Utility Theory</i> (MAUT) di Kampung Coklat.	Usman Effendi, Retno Astuti, Diana Candra Melati.	2017	Faktor internal dan eksternal serta utilitas atribut di kampung coklat	QSPM dan MAUT	Pada penelitian ini, pada usaha coklat akan diteliti faktor yang mempengaruhi usaha coklat dan kemudian menentukan strategi alternatif terbaik dengan menggunakan metode QSPM dan metode MAUT. Sedangkan penelitian yang saya lakukan yaitu meneliti strategi pemasaran produk

						beras.
5.	Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Pada Usaha Mebel.	Aris Nugroho, Siti Nandiroh dan Etika Muslimah.	2016	Faktor internal dan eksternal PT Wirasindo	QSPM	Penelitian ini membahas tentang strategi untuk memenuhi kebutuhan ekspor dan domestik dari PT Wirasindo Santakarya sebagai perusahaan furnitur. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan meneliti strategi pemasaran produk beras.
6.	Pendekatan Qspm Sebagai Dasar Perumusan Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Batang, Jawa Tengah	Siti Nurhayati	2008	Faktor internal dan eksternal kabupaten Batang, Jawa tengah	SWOT dan QSPM	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peningkatan Pendapatan Asli Daerah (LOI) strategi dan pengaruhnya terhadap peningkatan pendapatan daerah. Penelitian telah dilakukan pada Pendapatan Asli Daerah Kabupaten

						<p>Batang. Penelitian ini juga ingin mengetahui bahwa strategi LOI didasarkan pada potensi dan peluang. menganalisis menggunakan IFE, EFE, SWOT, dan kemudian QSPM untuk memilih formulasi strategis; dan model proporsi. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan meneliti strategi pemasaran produk beras.</p>
7.	<p>Aplikasi Metode QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) (Studi Kasus: Strategi Peningkatan Mutu Lulusan</p>	<p>Tuatul Mahfud & Yogiana Mulyani</p>	2017	<p>Faktor internal dan eksternal jurusan seni</p>	<p>SWOT dan QSPM</p>	<p>Penelitian ini memiliki tujuan untuk menentukan strategi peningkatan kualitas lulusan di jurusan seni kuliner dan menganalisis posisi yang strategi untuk</p>

	Program Studi Tata Boga)					jurusan seni kuliner. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan meneliti strategi pemasaran produk beras.
8.	<i>Strategic Sustainable Management for Water Transmission System: A SWOT & QSPM Analysis</i>	Ni Made Sumiarsi, Djoko Sugono, & Robert J. Kooatie	2018	Sistem transmisi air	SWOT dan QSPM	Penelitian ini membahas bagaimana menganalisis strategi komprehensif dengan sistem pendekatan komponen untuk sistem transmisi air. Hasilnya adalah prioritas strategi yang didominasi oleh faktor peluang untuk mengatasi masalah kelemahan (operasi dan pemeliharaan, sedimentasi, kerusakan) dan ancaman (perusakan bangunan) serta memaksimalkan

						kekuatan (kondisi). Sedangkan penelitian yang akan dilakukan meneliti strategi pemasaran produk beras.
9.	<i>Marketing Strategy using SWOT and QSPM Methods</i>	Bungaran Saing, Eni Wulandari, Rorim Panday	2020	Faktor internal dan eksternal	SWOT dan QSPM	Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah menentukan faktor internal dan eksternal dari perusahaan Hijab Aila dan mengeluarkan strategi alternatif yang tepat. Data yang digunakan adalah data sekunder dan primer. Sedangkan objek pada penelitian yang akan dilakukan berbeda.
10	<i>Business Development Strategies Using SWOT Analysis in</i>	Deby Riska, Sonia, Arwin Sanjaya,	2020	Faktor internal dan eksternal	SWOT dan QSPM	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan faktor

	<p><i>the Cahaya Modern Home Industry</i></p>	<p>& Marnala Joshua Hutajulu</p>				<p>eksternal dari UKM Cahaya Modern menggunakan SWOT, sehingga dapat diketahui strategi mana yang dapat digunakan untuk pengembangan usaha. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Kesimpulan dari ini penelitian apakah ada faktor kekuatan dan kelemahan yang mempengaruhi kondisi internal Cahaya UKM masa kini. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan meneliti strategi pemasaran produk beras.</p>
--	-----------------------------------------------------------	----------------------------------------------	--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

1. Penelitian dengan judul Analisis SWOT Sebagai Alternatif Penentuan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Pada Grand Clarion Hotel & Convention Makassar) yang diteliti oleh Theresia Dwita Lestari Sutikno pada tahun 2017 di Makassar ini menceritakan tentang pembuatan strategi untuk meningkatkan pemasaran produk. Peneliti menggunakan metode SWOT dan QSPM untuk menemukan alternatif strategi pemasarannya agar dapat menentukan *occupancy room* sebesar 0,0002 % per bulannya. Adapun perbedaan dengan penelitian yang dilakukan kali ini adalah tempat yang menjadi objek penelitiannya yaitu di Perum Bulog Kanwil Aceh serta produk yang diteliti adalah beras.
2. Penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Produk Olahan Coklat yang diteliti oleh Difana Meilani dan Roby Febrinaldo pada tahun 2016 ini menceritakan tentang perancangan strategi untuk meningkatkan pemasaran produk dari usaha kecil menengah. Peneliti menggunakan metode SWOT dan QSPM yang kemudian diperoleh alternatif strategi sebanyak 15 strategi. Kemudian diperoleh satu strategi yang menjadi prioritas yaitu mengembangkan lokasi pabrik agar menjadi pusat pengolahan coklat. Adapun perbedaan dengan penelitian yang dilakukan kali ini adalah tempat yang menjadi objek penelitiannya yaitu di Perum Bulog Kanwil Aceh serta produk yang diteliti adalah beras.
3. Penelitian dengan Analisis Strategi Pemasaran Es Krim Walls dengan Pendekatan SWOT dan QSPM pada PT Roxy Prameswari di Lampung oleh Sarwinda Parameta pada tahun 2017. Penelitian ini membahas tentang persaingan yang kompleks dan mengharuskan perusahaan memiliki strategi yang sesuai. Adapun perbedaan dengan penelitian yang dilakukan kali ini adalah tempat yang menjadi objek penelitiannya yaitu di Perum Bulog Kanwil Aceh serta produk yang diteliti adalah beras.
4. Penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Cokelat Menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) dan *Multi Attribute Utility Theory* (MAUT) di Kampung Coklat yang diteliti oleh Usman Effendi, Retno Astuti, Diana Candra Melati pada tahun 2017 ini menceritakan tentang strategi pengembangan untuk meningkatkan pemasaran produk dari usaha coklat. pada usaha coklat akan diteliti faktor yang mempengaruhi usaha coklat dan kemudian menentukan strategi alternatif terbaik dengan menggunakan metode QSPM dan metode MAUT. Adapun perbedaan dengan penelitian yang dilakukan kali ini adalah tempat yang menjadi objek penelitiannya yaitu di Perum Bulog Kanwil Aceh serta metode yang digunakan adalah analisis SWOT dan QSPM.

5. Penelitian dengan judul Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Pada Usaha Mebel. yang diteliti oleh Aris Nugroho, Siti Nandiroh dan Etika Muslimah pada tahun 2016 ini menceritakan tentang perancangan strategi untuk meningkatkan pemasaran produk dari usaha mebel. Penelitian ini membahas tentang strategi untuk memenuhi kebutuhan ekspor dan domestik dari PT Wirasindo Santakarya sebagai perusahaan furnitur. Adapun perbedaan dengan penelitian yang dilakukan kali ini adalah tempat yang menjadi objek penelitiannya yaitu di Perum Bulog Kanwil Aceh serta produk yang diteliti adalah beras.
6. Penelitian dengan judul Pendekatan Qspm Sebagai Dasar Perumusan Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Batang, Jawa Tengah yang diteliti oleh Siti Nurhayati pada tahun 2008 ini menceritakan tentang perancangan strategi untuk meningkatkan pendapatan asli daerah dengan menggunakan pendekatan QSPM. Adapun perbedaan dengan penelitian yang dilakukan kali ini adalah tempat yang menjadi objek penelitiannya yaitu di Perum Bulog Kanwil Aceh serta produk yang diteliti adalah beras.
7. Penelitian dengan judul Aplikasi Metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) (Studi Kasus: Strategi Peningkatan Mutu Lulusan Program Studi Tata Boga) yang diteliti oleh Tuatul Mahfud & Yogiana Mulyani pada tahun 2017 ini menceritakan tentang perancangan strategi untuk meningkatkan mutu lulusan program studi tata boga. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menentukan strategi peningkatan kualitas lulusan di jurusan seni kuliner dan menganalisis posisi yang strategi untuk jurusan seni kuliner. Adapun perbedaan dengan penelitian yang dilakukan kali ini adalah tempat yang menjadi objek penelitiannya yaitu di Perum Bulog Kanwil Aceh serta produk yang diteliti adalah beras.
8. Penelitian berikutnya dengan judul *Strategic Sustainable Management for Water Transmission System: A SWOT & QSPM Analysis* yang diteliti oleh Ni Made Sumiarsi, Djoko Sugono, & Robert J. Kooatie pada tahun 2018. Penelitian ini membahas bagaimana menganalisis strategi komprehensif dengan sistem pendekatan komponen untuk sistem transmisi air. Hasilnya adalah prioritas strategi yang didominasi oleh faktor peluang untuk mengatasi masalah kelemahan (operasi dan pemeliharaan, sedimentasi, kerusakan) dan ancaman (perusakan bangunan) serta memaksimalkan kekuatan (kondisi). Adapun perbedaan dengan penelitian yang

dilakukan kali ini adalah tempat yang menjadi objek penelitiannya yaitu di Perum Bulog Kanwil Aceh serta produk yang diteliti adalah beras.

9. Penelitian berikutnya dengan judul *Marketing Strategy using SWOT and QSPM Methods* yang diteliti oleh Bungaran Saing, Eni Wulandari, Rorim Panday pada tahun 2020. Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah menentukan faktor internal dan eksternal dari perusahaan Hijab Aila dan mengeluarkan strategi alternatif yang tepat. Data yang digunakan adalah data sekunder dan primer.. Adapun perbedaan dengan penelitian yang dilakukan kali ini adalah tempat yang menjadi objek penelitiannya yaitu di Perum Bulog Kanwil Aceh serta produk yang diteliti adalah beras.
10. Penelitian berikutnya dengan judul *Business Development Strategies Using SWOT Analysis in the Cahaya Modern Home Industry* yang diteliti oleh Deby Riska Sonia, Arwin Sanjaya, & Marnala Joshua Hutajulu pada tahun 2020. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan faktor eksternal dari UKM Cahaya Modern menggunakan SWOT, sehingga dapat diketahui strategi mana yang dapat digunakan untuk pengembangan usaha. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Kesimpulan dari ini penelitian apakah ada faktor kekuatan dan kelemahan yang mempengaruhi kondisi internal Cahaya UKM masa kini.. Adapun perbedaan dengan penelitian yang dilakukan kali ini adalah tempat yang menjadi objek penelitiannya yaitu di Perum Bulog Kanwil Aceh serta produk yang diteliti adalah beras.

Kajian Deduktif.

Strategi pemasaran (Marketing Strategic)

Dalam pendekatan tradisional, manajemen perencanaan merupakan titik awal dari semua gerakan yang kepentingannya jelas bagi siapa pun, dan itu dikenal menjadi tugas manajemen yang paling dasar. Perencanaan strategis ialah jenis perencanaan di mana tujuannya adalah untuk memilih dan menetapkan strategi (Nejad, Pouyan, & Shojaee, 2011).

Alat yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan baik jangka panjang maupun jangka pendek, segala macam program perusahaan, dan maksud lainnya disebut sebagai strategi. Sedangkan serangkaian sasaran dan tujuan yang bertujuan untuk memberikan arah kepada usaha-usaha atau segala kegiatan di bidang pemasaran setiap waktu, bagaimana dalam menghadapi keadaan dari kompetitor dan pasar yang selalu berubah-ubah,

maupun faktor lingkungan disebut sebagai strategi pemasaran (Hani, 2019).

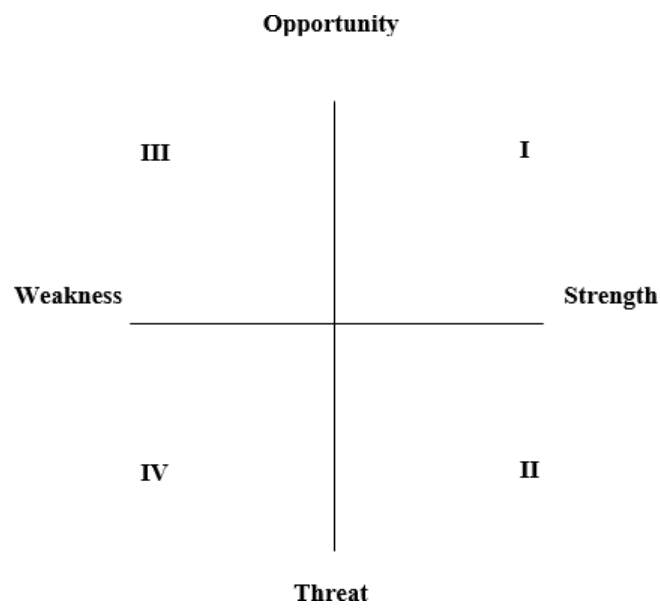
Analisa SWOT

Analisis SWOT ialah sistem sistematis yang menganalisis setiap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, dan mencerminkan taktik sinkron menggunakan situasi. pada metode ini, setelah daftar masing-masing faktor kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman dan menuliskannya dalam sel masing-masing sinkron menggunakan urutan tertimbang, masing-masing strategi akan diturunkan berasal persimpangan. Oleh sebab itu, matriks ini selalu menghasilkan empat strategi yaitu ST, WT, WO, SO. sesudah mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan organisasi, serta peluang dan ancaman, maka strategi manajemen khusus telah tersaji (Afshar, Abbaspour, & Lahijanian, 2019).

SWOT merupakan gabungan dari kata *Strength*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats* yang termasuk dalam faktor internal serta eksternal yang akan dihadapi perusahaan di dunia bisnis. (Kotler, 2009) menjelaskan tentang SWOT sebagai berikut :

1. *Strength* (Kekuatan)
 - a. Pandangan dan pengalaman usaha yang mendalam;
 - b. Desain produk yang praktis;
 - c. Dalam memanfaatkan penjualan dan distribusi maka [enggunaan model yang efisien serta fleksibel sangat dibutuhkan.
2. *Weakness* (Kelemahan)
 - a. Untuk menumbuhkan bisnis, ketergantungan terhadap gaya luar sangat diperlukan;
 - b. Membutuhkan pekerja yang dapat bekerja secara tatap muka untuk menghasilkan produk yang baik;
 - c. Terdapat gangguan dalam mengembangkan brand.
3. *Opportunities* (Peluang)
 - a. Menjadi salah satu jenis industri yang sangat digemari masyarakat;
 - b. Menurunnya biaya bahan baku sehingga dapat menekan finansial perusahaan;
 - c. Memiliki kemampuan yang baik dalam mendorong usaha pemasaran industri lain untuk menumbuhkan pasar umum.
4. *Threats* (Ancaman)

- a. Munculnya kompetitor baru yang berteknologi lebih canggih;
- b. Krisis ekonomi yang berdampak pada pendapatan perusahaan;
- c. Terjadi pandemi penyebaran virus yang menyebabkan seluruh kegiatan dalam perusahaan menjadi tidak efektif.



Gambar 1. Diagram analisis SWOT

QSPM (Quantity Strategic Planning Matrix).

Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM) merupakan tahap terakhir dari Perumusan strategi. QSPM menggunakan masukan informasi dari tahap 1 untuk mengevaluasi kelayakan secara objektif strategi alternatif yang diidentifikasi pada tahap 2, dan akhirnya terungkap daya tarik relatif dari strategi alternatif serta memberikan dasar objektif untuk memilih strategi terbaik. Pada prinsipnya, dasar komponen QSPM ialah: (1) pernyataan faktor kunci, (2) strategi untuk dinilai, (3) penilaian, (4) skor menarik, (5) total daya tarik skor serta (6) jumlah total skor menarik. Secara konseptual, QSPM menentukan daya tarik relatif dari berbagai strategi berdasarkan kunci faktor internal serta eksternal. Daya tarik relatif dari setiap strategi dihitung dengan menentukan akibat kumulatif dari setiap kunci faktor internal serta eksternal. Sejumlah strategi alternatif juga dapat dimasukkan dalam QSPM (Nasab & Milani, 2012).

QSPM adalah alat yang memungkinkan penyusun strategi untuk mengevaluasi faktor kunci internal dan eksternal. Teknik ini menentukan daya tarik relative dari berbagai strategi berdasarkan sejauh mana faktor kesuksesan kunci internal dan eksternal dimanfaatkan atau ditingkatkan. Untuk merumuskan strategi yang akan digunakan dapat menggunakan matriks-matriks. Matriks ini dapat dibagi menjadi tiga tahapan kerangka kerja untuk membantu menganalisis dalam mengidentifikasi, mengevaluasi dan memilih strategi-strategi yang paling tepat. QSPM menggunakan input dari analisis Tahap 1 dan mencocokkan hasil dari analisis Tahap 2 untuk memutuskan secara objektif di antara berbagai strategi alternatif. Matriks EFE dan Matriks IFE yang membentuk Tahap 1, bersama dengan Matriks SWOT yang membentuk Tahap 2, memberikan informasi yang dibutuhkan untuk membuat QSPM Tahap 3 (Hani, 2019).

BAB III

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Objek Penelitian.

Penelitian ini dilakukan di Jl. Tgk Daud Beureueuh, Kuta Alam, Kec. Kuta Alam, Kota Banda Aceh dan objek penelitian ini menitik beratkan pada strategi pemasaran Perum BULOG Kanwil Aceh.

Pengumpulan Data.

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

Observasi

Observasi yang dilakukan yaitu observasi langsung ke Perum BULOG Kanwil Aceh. Observasi ini dilakukan dengan menganalisis beberapa faktor internal dan eksternal sehingga dapat menentukan strategi pemasaran yang baik bagi perusahaan.

Wawancara

Peneliti melakukan pengumpulan data kepada responden berupa pertanyaan langsung untuk responden yaitu dengan memilih staf Perum Bulog Kanwil Aceh untuk mendapatkan bobot pada matrix IFE dan EFE.

Jenis Data.

Data Primer.

Data primer didapatkan oleh peneliti dari data hasil observasi lapangan yang didapatkan secara *real* di tempat kejadian, yang bertujuan untuk menyesuaikan data yang ada pada kondisi yang terjadi.

Data Sekunder.

Data sekunder diperoleh dari literatur yang mendukung topik diantaranya buku, jurnal maupun dokumen perusahaan yang berkaitan dengan penelitian.

Prosedur Penelitian.

Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara. Untuk mendapatkan data bobot pada matriks EFE dan IFE, peneliti akan melakukan wawancara dengan memberikan pertanyaan secara langsung kepada responden baik dari internal perusahaan maupun kepada konsumen dan mitra kerja.

Pengolahan Data

Data yang diperoleh dari hasil wawancara kemudian dikelompokkan pada matriks EFE dan IFE yang kemudian diolah sehingga peneliti mendapat pilihan-pilihan strategi yang akan digunakan pada matriks QSPM.

a. Analisis Lingkungan Internal (IFE)

Tabel 2. Matrix IFE.

No	Faktor Internal	Rating (1)	Bobot (2)	Skor (1x2)
<i>Kekuatan (Strength)</i>				
1				
2				
<i>Kelemahan (Weakness)</i>				
3				
4				
Total				

b. Analisis Lingkungan Eksternal (EFE)

Tabel 3. Matrix EFE.

No	Faktor Eksternal	Rating (1)	Bobot (2)	Skor (1x2)
<i>Peluang (Opportunities)</i>				
1				

2				
<i>Ancaman (Threats)</i>				
3				
4				
Total				

Penyajian Data

Untuk menunjukan hasil pengolahan data, data akan disajikan dalam bentuk tabel matriks IFE, EFE, SWOT, dan QSPM agar dapat menunjukkan hasil pengolahan data dengan jelas.

Tabel 4. Matrix SWOT.

IFAS	Kekuatan/<i>Strength</i> (S)	Kelemahan/<i>Weaknesses</i> (W)
EFAS	Strategi S-O	Strategi W-O
Peluang/<i>Opportunities</i> (O)	Strategi S-T	Strategi W-T
Ancaman/<i>Treath</i> (T)		

Penarikan Kesimpulan

Setelah data strategi diperoleh, kemudian data tersebut diurutkan pada tabel QSPM untuk menentukan strategi mana yang paling prioritas berdasarkan hasil perhitungan jumlah total *attractive score* yang tertinggi. Kemudian, untuk menari kesimpulan, maka digunakan data strategi prioritas dengan nilai yang tertinggi.

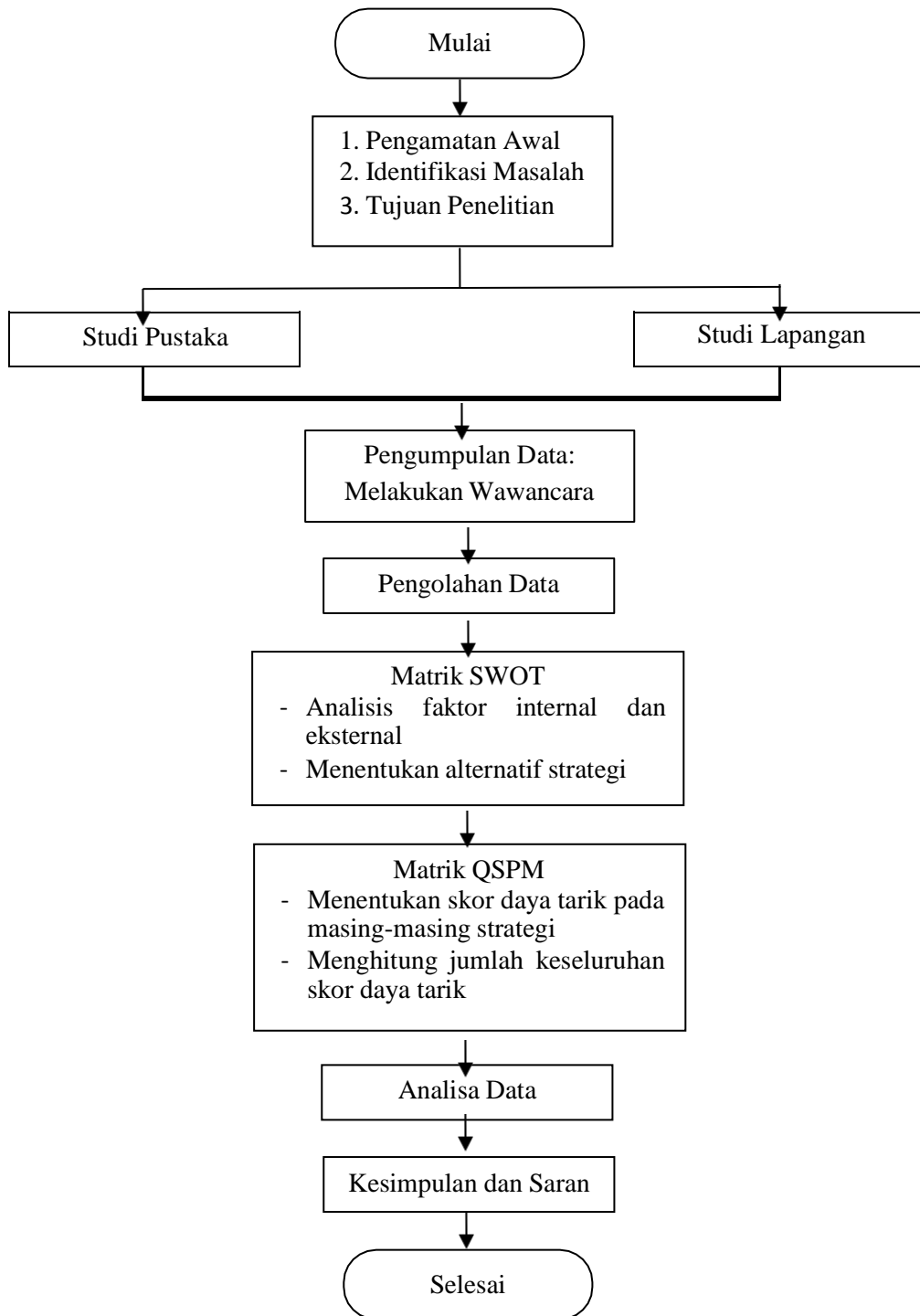
Tabel 5. Tabel QSPM.

No	Alternatif Strategi	Nilai TAS (<i>Total Attractiveness Score</i>)	Peringkat
1			
2			
3			
4			

Metode Penelitian.

SWOT dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) adalah metode yang digunakan pada penelitian ini untuk memprioritaskan strategi pemasaran. Metode SWOT digunakan untuk mengambil keputusan dalam menentukan strategi perusahaan yang akan digunakan berdasarkan kekuatan serta peluang yang dimiliki perusahaan secara efektif dan efisien. Sedangkan Metode QSPM (*Quantity Strategic Planning Matrix*) digunakan untuk mengevaluasi strategi berdasarkan faktor internal dan eksternal dari perusahaan.

Alur Penelitian



Gambar 2. Diagram Alur Penelitian.

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Profil Perusahaan

Deskripsi Singkat Perusahaan.

Perum BULOG Kanwil Aceh berlokasi di Jl. Tgk Daud Beureueuh, Kec. Kuta Alam, Kota Banda Aceh, Nanggroe Aceh Darussalam. BULOG merupakan sebuah perusahaan milik negara yang bergerak di bidang pangan logistik. Ruang lingkup bisnis perusahaan terdiri dari usaha logistik/ pergudangan, survei dan pemberantasan hama, penyediaan karung plastic, usaha angkutan, perdagangan komoditi pangan, dan usaha eceran.

Perum BULOG adalah salah satu badan usaha milik negara pada tanggal 10 Mei 1967, seorang eksekutif kabinet yang tujuan utamanya adalah untuk mengamankan persediaan pangan untuk menegakkan keberadaan pemerintahan baru. Rapat No.114 / U / Kep / 5/1967. Kemudian Keputusan Presiden Nomor 39 Tahun 1969 tanggal 21 Januari 1969 diubah dengan Keputusan Presiden Nomor 39 Tahun 1987 dengan tugas pokok menstabilkan harga beras. Hal ini bertujuan untuk memenuhi misi BULOG untuk mendukung pengembangan produk pangan multiproduk. Produk.

Visi dan Misi.

Visi: “Menjadi perusahaan pangan yang unggul dan terpercaya dalam mendukung terwujudnya kedaulatan pangan”

Misi:

1. Menjalankan usaha pangan pokok dengan mengutamakan layanan kepada masyarakat;
2. Melaksanakan praktik manajemen unggul dengan dukungan sumber daya manusia yang professional, teknologi yang terdepan dan sistem yang terintegrasi;
3. Menerapkan prinsip tata Kelola perusahaan yang baik serta senantiasa melakukan perbaikan yang berkelanjutan;
4. Menjamin ketersediaan, keterjangkauan, dan stabilitas komoditas pangan pokok;

Tujuan Perusahaan.

Perum BULOG memiliki maksud dan tujuan untuk turut melaksanakan dan menunjang kebijakan dan program Pemerintah dan Pemerintah Daerah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional pada umumnya terutama di bidang logistik pangan serta optimalisasi pemanfaatan sumber daya perusahaan untuk menghasilkan barang dan jasa berdasarkan prinsip pengelolaan Perusahaan yang sehat.

Data Operasional.

a. Hasil Produksi.

PERUM BULOG Kanwil Aceh telah menghasilkan berbagai macam produk antara lain sebagai berikut :

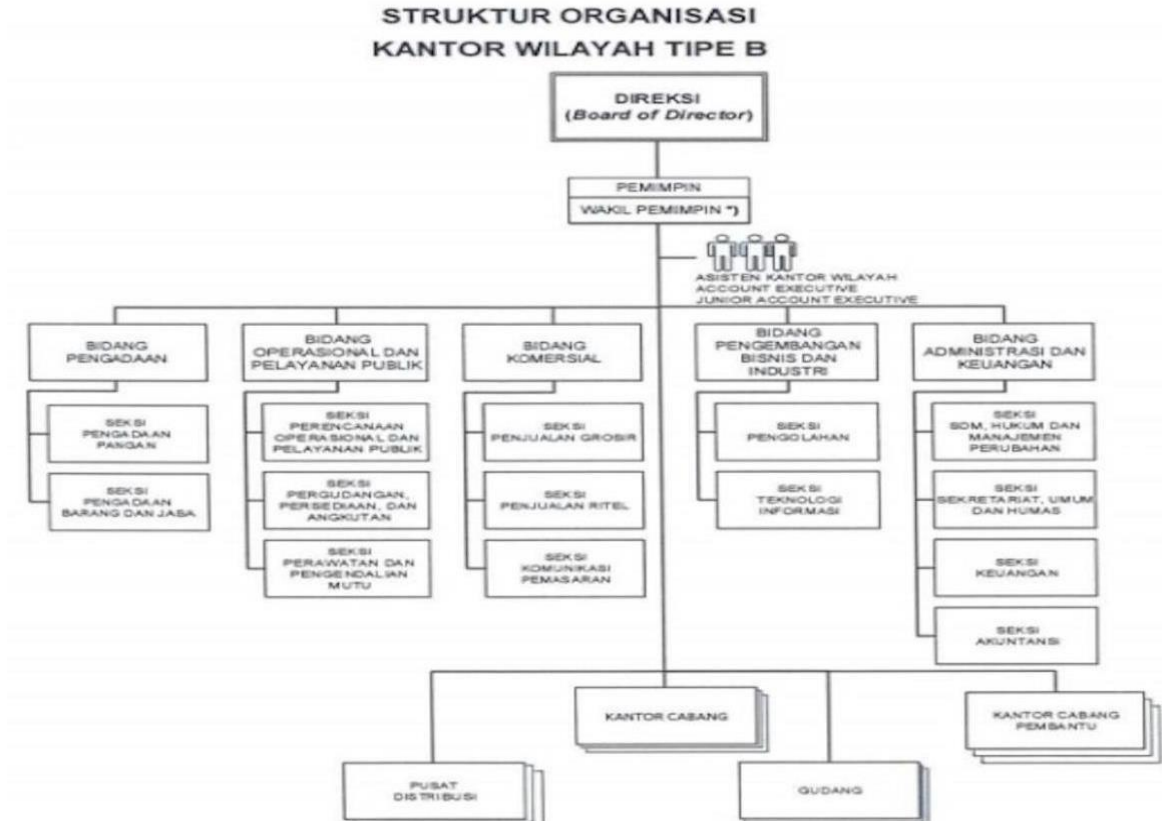
1. Beras premium dalam negeri dan luar negeri
2. Gula pasir
3. Kedelai
4. Daging
5. Ikan
6. Minyak Goreng
7. Terigu
8. Beras Merah
9. Air Mineral
10. Kemasan Gula
11. Tepung Instan

b. Pemasaran Produk.

PERUM BULOG Kanwil Aceh dalam pemasaran produknya memiliki wilayah operasi yang luas yaitu seluruh Indonesia dimana perusahaan BULOG bekerja sama dengan mitra kerjanya di seluruh Indonesia. Selain itu, perdagangan beras premium BULOG dilakukan dengan melakukan

penjualan ke pasaran umum secara retail dan *wholesale*, kerjasama dengan Koperasi serta melalui distribution center (DC) dan BULOGMart.

Struktur Organisasi



Gambar 3. Struktur Organisasi.

Pengumpulan Data

Faktor Internal Kekuatan (*Strength*) dan Kelemahan (*Weaknesses*).

Berdasarkan hasil wawancara langsung dengan pihak perusahaan, diperoleh beberapa faktor yaitu :

Tabel 6. Faktor Internal.

No	Kekuatan	No	Kelemahan
1	Memiliki kantor cabang dan gudang yang banyak di seluruh daerah	1	Berpatokan dengan HET (Harga Eceran Tertinggi)
2	Hubungan dengan pemerintah	2	Biaya HPP yang tinggi

	yang baik		terutama pada saat harga beras pasaran rendah
3	Memiliki mitra penjualan (RPK) sebanyak 1.500 di Aceh	3	Terlambat memasuki permasaran era digital
4	Memiliki Teknologi pengolahan produk yang modern		

Faktor Eksternal Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threats*).

Berdasarkan hasil wawancara langsung dengan pihak perusahaan, diperoleh beberapa faktor yaitu :

Tabel 7. Faktor Eksternal.

No	Peluang	No	Ancaman
1	Adanya bencana Alam seperti pandemi yang panjang.	1	Harga Pasar Rendah
2	Harga pasar yang tinggi	2	Mindset masyarakat yang buruk terhadap beras Bulog
3	Kebutuhan beras yang tinggi di masyarakat dikarenakan beras menjadi makanan pokok.	3	Pertumbuhan hama yang pesat
		4	Adanya kompetitor atau pesaing yang tidak terikat dengan pemerintah

Pengolahan Data.

Analisis Lingkungan Internal

Pembobotan dilakukan oleh pihak internal perusahaan dan digunakan untuk memberikan rangkuman evaluasi kekuatan serta kelemahan utama yang dihadapi Perum Bulog Kanwil Aceh dalam memasarkan produk kepada konsumen. Matriks IFE diperoleh dari penilaian pihak internal perusahaan yang berwenang. Pada faktor kekuatan dan kelemahan diberikan rating dari masing-masing faktor dengan nilai 4 (sangat kuat), 3 (kuat), 2 (sedang), dan 1 (lemah). Kemudian menghitung nilai bobot, dengan cara nilai dari setiap rating dibagi dengan masing – masing jumlah rating (nilai hasil pembobotan tidak boleh kurang atau lebih dari 1). Terakhir, menghitung skor pada kolom empat dengan cara mengalikan bobot dengan rating.

Tabel 8. Perhitungan IFE.

No	Faktor Internal	Rating (1)	Bobot (2)	Skor (1x2)
<i>Kekuatan (Strength)</i>				
1	Memiliki kantor cabang dan gudang yang banyak di seluruh daerah	4	0,16	0,64
2	Hubungan dengan pemerintah yang baik	4	0,16	0,64
3	Memiliki mitra penjualan (RPK) sebanyak 1.500 di Aceh	4	0,16	0,64
4	Memiliki Teknologi pengolahan produk yang modern	2	0,08	0,16
Total Kekuatan				2,08
<i>Kelemahan (Weaknesses)</i>				

5	Berpatokan dengan HET (Harga Eceran Tertinggi)	4	0,16	0,64
6	Biaya HPP yang tinggi terutama pada saat harga beras pasaran rendah	3	0,12	0,36
7	Terlambat memasuki permasaran era digital	4	0,16	0,64
Total Kelemahan				1,64
Total IFE		24	1	3,72

Total skor keseluruhan IFE berkisar antara 1 sampai 4 dengan rata-rata 2,5. Jika skor IFE (1,0 – 1,99) maka kondisi internal perusahaan lemah. Jika total skor IFE (2,0 – 2,99) berarti kondisi internal perusahaan sedang. Jika total skor IFE dan (3,0 – 4,0) berarti kondisi perusahaan kuat (David, 2006).

Berdasarkan hasil dari analisa matrik internal Perum Bulog Kanwil Aceh di atas menunjukkan hasil bahwa hasil skor total dari perhitungan IFE adalah 3,72 yang berarti kondisi internal perusahaan kuat maka dapat dikatakan bahwa Perum Bulog Kanwil Aceh memiliki strategi yang kuat dalam menghadapi kelemahan yang dimiliki perusahaan tersebut dengan memanfaatkan kekuatan – kekuatan yang dimiliki.

Terdapat tiga kekuatan utama pada Perum Bulog karena menghasilkan skor yang tertinggi sebesar 0,64, kekuatan tersebut antara lain yaitu memiliki kantor cabang dan gudang yang banyak di seluruh daerah, hubungan dengan pemerintah yang baik dan memiliki mitra penjualan (RPK) sebanyak 1.500 di Aceh.

Kemudian, terdapat 2 kelemahan yang paling berpengaruh dengan nilai skor 0,64 antara lain adalah berpatokan dengan HET (Harga Eceran Tertinggi) dan terlambat memasuki permasaran era digital.

Analisis Lingkungan Eksternal

Hasil analisa lingkungan eksternal pada Perum Bulog Kanwil Aceh dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 9. Perhitungan EFE.

No	Faktor Eksternal	Rating (1)	Bobot (2)	Skor (1x2)
<i>Peluang (Opportunities)</i>				
1	Adanya bencana Alam seperti pandemi yang panjang.	4	0,16	0,64
2	Harga pasar yang tinggi	3	0,12	0,36
3	Kebutuhan beras yang tinggi di masyarakat dikarenakan beras menjadi makanan pokok.	4	0,16	0,64
Total Peluang				1,64
<i>Ancaman (Threats)</i>				
4	Harga Pasar Rendah	3	0,12	0,36
5	Mindset masyarakat yang buruk terhadap beras bulog	4	0,16	0,64
6	Pertumbuhan hama yang pesat	3	0,12	0,36
7	Adanya kompetitor atau pesaing yang tidak terikat dengan pemerintah	4	0,16	0,64
Total Ancaman				2
Total EFE		25	1	3,64

Total skor keseluruhan EFE berkisar antara 1 sampai 4 dengan rata-rata 2,5. Jika skor EFE (1,0 – 1,99) maka kondisi eksternal perusahaan lemah. Jika total skor EFE (2,0 – 2,99) berarti kondisi eksternal perusahaan sedang. Jika total skor EFE dan (3,0 – 4,0) berarti kondisi eksternal perusahaan kuat (David, 2006).

Berdasarkan hasil dari analisa matrik eksternal Perum Bulog Kanwil Aceh di atas menunjukkan hasil bahwa hasil skor total dari perhitungan EFE adalah 3,64 yang berarti kondisi eksternal perusahaan kuat maka dapat dikatakan bahwa Perum Bulog Kanwil Aceh menghadapi ancaman yang sangat besar dibandingkan dengan peluang - peluang yang ada sehingga perusahaan harus dapat menentukan strategi yang tepat untuk mengatasi ancaman – ancaman tersebut dengan memanfaatkan peluang serta faktor internal yang dimiliki perusahaan.

Peluang utama pada Perum Bulog Kanwil Aceh diperoleh berdasarkan rata – rata rating tertinggi yaitu 4 dengan total skor 0,64. Terdapat dua peluang yang memiliki skor tertinggi antara lain adanya bencana Alam seperti pandemi yang panjang dan kebutuhan beras yang tinggi di masyarakat dikarenakan beras menjadi makanan pokok..

Kemudian, terdapat 3 ancaman yang paling berpengaruh dengan nilai skor 0,36 antara lain adalah mindset masyarakat yang buruk terhadap beras bulog dan adanya kompetitor atau pesaing yang tidak terikat dengan pemerintah.

Setelah mengetahui hasil dari table IFE dan EFE, langkah selanjutnya adalah menentukan titik koordinat kuadran SWOT agar dapat mengetahui posisi dari Perum BULOG Kanwil Aceh. Cara perhitungan untuk mengetahui titik koordinat adalah sebagai berikut:

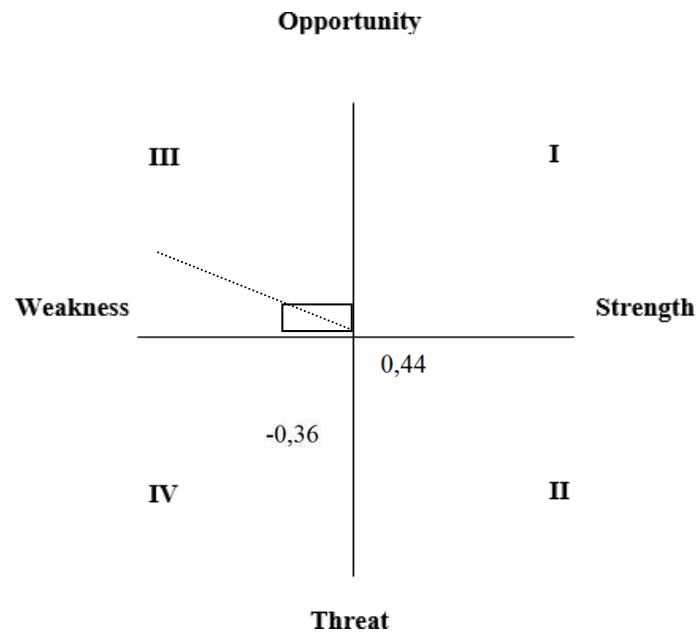
a. Total Skor IFE

$$\text{Skor total kekuatan} - \text{Skor Total Kelemahan} = 2,08 - 1,64 = 0,44$$

b. Total Skor EFE

$$\text{Skor Total Peluang} - \text{Skor Total Ancaman} = 1,64 - 2 = - 0,36$$

Sehingga titik koordinatnya yaitu (0,44 ; -0,36).



Gambar 4. Kuadran SWOT.

Berdasarkan kuadran SWOT diatas, dapat diketahui bahwa Perum Bulog Kanwil Aceh berada di kuadran III atau dapat dikatakan termasuk dalam ubah strategi perusahaan. Perusahaan memiliki peluang yang bagus tetapi dari internal perusahaan memiliki kelemahan. Dengan demikian, perusahaan dapat merubah strategi yang ada untuk dapat memperbaiki keadaan internal sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Dikhawatirkan, perusahaan akan sulit menangkap peluang yang ada sekaligus memperbaiki kinerja organisasi apabila tetap menggunakan strategi yang lama.

Analisis Matriks SWOT

Dari faktor eksternal dan internal yang telah dipetakan dihubungkan antara kekuatan dengan peluang, kekuatan dengan ancaman, kelemahan dengan peluang, dan kelemahan dengan ancaman. Kemudian, penerapan strategi yang tepat dari hubungan antara kedua faktor internal dan eksternal tersebut. Hubungan ini disajikan pada Tabel berikut:

Tabel 10. Matriks SWOT.

<p style="text-align: right;">IFAS</p> <p style="text-align: left;">EFAS</p>	<p style="text-align: center;">Strength</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki kantor cabang dan gudang yang banyak di seluruh daerah. 2. Hubungan dengan pemerintah yang baik. 3. Memiliki mitra penjualan (RPK) sebanyak 1.500 di Aceh. 4. Memiliki Teknologi pengolahan produk yang modern. 	<p style="text-align: center;">Weaknesses</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Berpatokan dengan HET (Harga Eceran Tertinggi). 2. Biaya HPP yang tinggi terutama pada saat harga pasaran rendah. 3. Terlambat memasuki pemasaran era digital.
<p style="text-align: center;">Opportunity</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya bencana Alam seperti pandemi yang panjang. 2. Harga pasar yang tinggi. 3. Kebutuhan beras yang tinggi di masyarakat dikarenakan beras menjadi makanan pokok. 	<p style="text-align: center;">Strategi S-O</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memanfaatkan jaringan pemerintah untuk pendistribusian beras raskin disetiap desa sehingga disetiap pendistribusian bisa berjalan dengan baik. (S2 ; O1,O3) • Meningkatkan produksi optimasi untuk memenuhi kebutuhan pasar (S1, S3, S4 ; O2, O3) • Meningkatkan dan menjaga ketersediaan bahan baku disetiap usaha kemitraan (S1, S3, S4 ; O1, O2, O3) 	<p style="text-align: center;">Strategi W-O</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membuat strategi promosi yang unik untuk menarik minat masyarakat ditengah harga pasar yang tinggi (W1, W3 ; O1, O2, O3) • Melakukan evaluasi kembali terhadap biaya – biaya umum untuk mengurangi HPP. (W2 ; O2)
<p style="text-align: center;">Threats</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga pasar rendah. 2. Mindset masyarakat yang buruk terhadap beras Bulog. 3. Pertumbuhan Hama yang pesat. 4. Adanya kompetitor atau pesaing yang tidak terikat dengan pemerintah 	<p style="text-align: center;">Strategi S-T</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan mutu beras dengan memanfaatkan teknologi modern (S4 ; T1, T3) • Melaksanakan program pelatihan atau seminar terhadap masyarakat untuk meningkatkan <i>self branding</i> perusahaan (S2 ; T2, T4) • Melakukan optimalisasi dan revitalisasi terhadap mesin produksi untuk menciptakan beras bermutu. (S4 ; T3) 	<p style="text-align: center;">Strategi W-T</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memberikan edukasi – edukasi yang menarik minat masyarakat terhadap bulog melalui media sosial. (W3 ; T2) • Melakukan pemasaran yang menarik dengan memanfaatkan segala media sosial untuk menangkal isu buruk terhadap beras bulog (W1, W3 ; T1, T2, T4)

Dikarenakan pada kuadran SWOT perusahaan berada pada kuadran III maka adapun strategi yang dapat dilakukan Perum Bulog Kanwil Aceh dalam mengatasi masalah yang ada agar dapat meningkatkan pemasaran yaitu :

- Strategi WO (*Weaknesses - Opportunity*), strategi ini dilakukan dengan memanfaatkan peluang – peluang yang dimiliki perusahaan dengan cara mengurangi kelemahan – kelemahan yang dimiliki
 - a. Membuat strategi promosi yang unik untuk menarik minat masyarakat ditengah harga pasar yang tinggi;
 - b. Melakukan evaluasi kembali terhadap biaya – biaya umum untuk mengurangi HPP.

QSPM.

Tahap akhir dari Perumusan strategi ini dilakukan bersama pihak internal perusahaan. Perumusan strategi ini adalah pemilihan strategi terbaik dengan menggunakan alat analisis QSPM yang berdasarkan dari hasil analisis SWOT. Penggunaan QSPM digunakan untuk memperoleh alternatif strategi yang terbaik dan dapat diimplementasikan oleh Perum Bulog Kanwil Aceh berdasarkan arah kebijakan dan kondisi riil perusahaan tersebut. Pada matriks QSPM dibuat berdasarkan faktor – faktor utama internal dan eksternal pada matriks EFE, IFE serta matriks SWOT.

Pada Teknik QSPM ini dirancang agar menentukan ketertarikan relatif dan mengevaluasi pilihan-pilihan strategi alternatif yang dapat dilaksanakan secara objektif. Berdasarkan faktor-faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi pada matriks EFE dan IFE sebelumnya.

Pada matriks QSPM terdapat nilai AS dan TAS. Dimana nilai AS menunjukkan daya tarik dari masing-masing strategi terhadap faktor kunci yang dimiliki. Nilai AS diperoleh pada hasil wawancara. Pada nilai TAS merupakan hasil pembobotan dengan nilai AS dari setiap faktor kunci strategi. Alternatif strategi dari matriks SWOT yang dapat dihasilkan sebagai berikut :

Tabel 11. Tabel Penilaian QSPM.

No	Faktor Kunci	Bobot	Strategi 1		Strategi 2	
			AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan (Strength)						
1	Memiliki kantor cabang dan gudang yang banyak di seluruh daerah	0,16	4	0,64	2	0,32
2	Hubungan dengan pemerintah baik	0,16	4	0,64	2	0,32
3	Memiliki mitra penjualan (RPK) sebanyak 1.500 di Aceh	0,16	4	0,64	3	0,48
4	Memiliki Teknologi pengolahan produk yang modern	0,08	2	0,16	2	0,16
Kelemahan (Weaknesses)						
1	Berpatokan dengan HET (Harga Eceran Tertinggi)	0,16	3	0,48	4	0,64
2	Biaya HPP yang tinggi terutama pada saat harga beras pasaran rendah	0,12	4	0,48	4	0,48
3	Terlambat memasuki pemasaran era digital	0,16	4	0,64	3	0,48

Peluang (<i>Opportunity</i>)						
1	Adanya bencana Alam seperti pandemi yang panjang.	0,16	4	0,64	2	0,32
2	Harga pasar yang tinggi	0,12	4	0,48	4	0,48
3	Kebutuhan beras yang tinggi di masyarakat dikarenakan beras menjadi makanan pokok.	0,16	4	0,64	4	0,64
Ancaman (<i>Threats</i>)						
1	Harga Pasar Rendah	0,12	4	0,48	3	0,36
2	<i>Mindset</i> masyarakat yang buruk terhadap beras bulog	0,16	4	0,64	3	0,48
3	Pertumbuhan hama yang pesat	0,12	1	0,12	1	0,12
4	Adanya kompetitor atau pesaing yang tidak terikat dengan pemerintah	0,16	4	0,64	4	0,64
Total		1	Total	7,32	Total	5,92

Perhitungan matrik QSPM diatas merupakan hasil wawancara dari beberapa karyawan yang berpengaruh di Perum Bulog Kanwil Aceh. Hal tersebut merupakan hasil ketertarikan masing – masing narasumber terhadap strategi yang telah dirumuskan dari faktor sebelumnya. Langkah pertama menentukan nilai dari *Attractive score*, kemudian mengalikan nilai AS dengan bobot faktor yang ada untuk mendapatkan hasil nilai TAS (*Total Attractive Score*).

Berdasarkan tabel diatas, terdapat 2 strategi yang berpengaruh terhadap permasalahan yang dihadapi. Strategi yang cocok untuk dilakukan perusahaan

kedepan adalah strategi pertama yaitu Membuat strategi promosi yang unik untuk menarik minat masyarakat ditengah harga pasar yang tinggi, dikarenakan nilai TAS yang lebih tinggi sebesar 7,32. Sedangkan strategi kedua yaitu Melakukan evaluasi kembali terhadap biaya – biaya umum untuk mengurangi HPP memiliki nilai TAS yang lebih rendah sebesar 5,92.

BAB V

PEMBAHASAN

Strategi Faktor Internal dan Eksternal

Hasil analisis faktor internal pada Perum Bulog Kanwil Aceh menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai berbagai faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi pemasaran produk yaitu beras. Adapun faktor internal dan eksternal tersebut adalah sebagai berikut :

2. Faktor Internal

a. Kekuatan (*Strength*)

- Memiliki kantor cabang dan gudang yang banyak di seluruh daerah.
Bulog memiliki kantor cabang dan gudang yang banyak diseluruh daerah di Indonesia yang memudahkan Bulog dalam menjangkau pemasaran ke seluruh pelosok negeri.
- Hubungan dengan pemerintah yang baik.
Bulog merupakan perusahaan BUMN yang bergerak dibidang pangan, sehingga Bulog memiliki hubungan langsung dengan pemerintah yang dapat memudahkan perusahaan dalam segala hal.
- Memiliki mitra penjualan (RPK) sebanyak 1.500 di Aceh.
Mitra penjualan yang banyak terutama di Aceh sebanyak 1.500 unit, menjadikan sebuah kekuatan bagi perusahaan dalam menguasai pasar di setiap daerah.
- Memiliki Teknologi pengolahan produk yang modern.
Perusahaan Bulog memiliki berbagai teknologi terbaru yang membantu dalam segala proses, mulai dari penanaman padi, proses pengolahan, proses pengendalian mutu produk, hingga proses finansial.

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

- Berpatokan dengan HET (Harga Eceran Tertinggi).
Adanya HET membuat perusahaan kewalahan ketika menghadapi keadaan harga pasar yang terlalu tinggi maupun terlalu rendah, dikarenakan Bulog harus mengikuti kebijakan yang telah diterapkan oleh pemerintah dalam penentuan harga produk.

- Biaya HPP yang tinggi terutama pada saat harga beras pasaran rendah. Biaya produksi yang harus dikeluarkan perusahaan juga besar sehingga ketika harga pasar menurun maka akan membuat perusahaan tidak mendapat keuntungan.
- Terlambat memasuki pemasaran era digital. Di era yang sudah canggih ini, perusahaan Bulog termasuk telat atau terlambat dalam memanfaatkan teknologi seperti melakukan pemasaran melalui media sosial, memberikan informasi dan edukasi melalui media digital.

3. Faktor Eksternal

a. Peluang (*Opportunity*)

- Adanya bencana Alam seperti pandemi yang panjang. Dengan adanya bencana alam menjadikan suatu peluang bagi bulog dalam memasarkan produknya dikarenakan memiliki harga produk yang normal. Dengan memanfaatkan hubungan yang baik dengan pemerintah, Bulog dapat memberikan bantuan – bantuan seperti sembako dan beras Raskin bagi masyarakat yang terdampak. Sehingga memunculkan citra baik di pandangan masyarakat.
- Harga pasar yang tinggi. Harga pasar yang tinggi dapat menguntungkan perusahaan dikarenakan perusahaan Bulog berpatokan dengan HET (Harga Eceran Tertinggi) yang dapat dikatakan harga normal ketika keadaan pasar menjadi tinggi.
- Kebutuhan beras yang tinggi di masyarakat dikarenakan beras menjadi makanan pokok. Kebutuhan beras yang tinggi menjadikan sebuah peluang bagi perusahaan dalam memproduksi, melakukan penyediaan, serta melakukan pemasaran.

b. Ancaman (*Threats*)

- Harga pasar rendah. Harga pasar yang rendah juga dapat menjadi ancaman bagi perusahaan. Dikarenakan perusahaan berpatokan dengan HET yang membuat perusahaan tidak dapat mengikuti keadaan pasar. Sehingga banyak masyarakat yang lebih memilih beras dengan harga yang lebih rendah.

- *Mindset* masyarakat yang buruk terhadap beras Bulog.
Mindset masyarakat yang buruk terhadap beras Bulog menjadi ancaman yang sangat berpengaruh terhadap perusahaan. Sehingga perusahaan harus bekerja keras agar dapat menarik kembali minat masyarakat terhadap beras Bulog.
- Pertumbuhan hama yang pesat.
Hama merupakan musuh dari perusahaan Bulog, karena hama dapat merusak kualitas dari produk. Dengan pertumbuhan hama yang pesat membuat perusahaan kewalahan dalam menghadapinya agar dapat menjaga kualitas produk.
- Adanya kompetitor atau pesaing yang tidak terikat dengan pemerintah.
Kompetitor swasta atau kompetitor yang tidak terikat dengan pemerintah juga menjadi ancaman bagi perusahaan dikarenakan mereka dapat membuat serta mengikuti keadaan harga pasar, sedangkan perusahaan Bulog tidak bisa.

Analisis SWOT

Analisis matriks SWOT dilakukan untuk menentukan strategi terbaik dalam menganalisis kekuatan dan kelemahan internal perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman eksternal perusahaan. Berdasarkan matriks faktor internal dan faktor eksternal Perum Bulog Kanwil Aceh didapatkan nilai faktor internal sebesar – 3,72 dan nilai faktor eksternal sebesar 3,64. Adapun hasil selisih antara kekuatan dan kelemahan adalah 0,44 dan hasil selisih antara peluang dan ancaman adalah -0,36. Dengan hasil tersebut maka dimungkinkan untuk menentukan lokasi analisis SWOT Perum Bulog Kanwil Provinsi Aceh yang berada pada posisi kuadran ketiga.

Posisi pada kuadran ketiga merupakan salah satu yang menawarkan peluang namun di sisi lain memiliki beberapa kendala berupa kendala internal. Strategi yang tepat pada kuadran ini adalah mengubah strategi yang ada untuk memperbaiki kondisi internal perusahaan dengan cara yang diharapkan dapat memanfaatkan peluang yang ada. Karena dikhawatirkan strategi lama tidak dapat memanfaatkan peluang yang ada dan meningkatkan kinerja perusahaan.

Terdapat 2 strategi yang dapat dilakukan perusahaan dalam mengatasi permasalahan ada berdasarkan faktor – faktor yang ada yaitu pertama, membuat strategi promosi yang unik untuk menarik minat masyarakat ditengah harga pasar yang

tinggi. Kedua, melakukan evaluasi kembali terhadap biaya – biaya umum untuk mengurangi HPP.

Analisis QSPM

Analisis QSPM dapat digunakan untuk memilih strategi terbaik untuk Perum Bulog Kanwil Aceh. Dalam penelitian ini telah diidentifikasi beberapa alternatif yang diharapkan dapat diterapkan dan berdampak pada peningkatan daya saing. Berdasarkan perhitungan analisis QSPM di atas, didapatkan alternatif strategi yang paling sesuai diberikan oleh pihak Perum Bulog Kanwil Aceh agar dapat meningkatkan kuadran dari posisi sebelumnya adalah strategi Weakness – Opportunity. Strategi pertama yang dipilih adalah membuat strategi promosi yang unik untuk menarik minat masyarakat ditengah harga pasar yang tinggi. Pemilihan strategi ini dikarenakan nilai TAS pada strategi W– O menduduki nilai paling tinggi yaitu sebesar 7,52. Sedangkan strategi kedua yaitu Melakukan evaluasi kembali terhadap biaya – biaya umum untuk mengurangi HPP memiliki nilai TAS yang lebih rendah sebesar 5,92. Proses penentuan strategi yang paling berpengaruh terhadap permasalahan yang ada dilakukan berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa narasumber yang berpengaruh di Perum Bulog Kanwil Aceh.

Strategi pertama yaitu membuat strategi promosi yang unik untuk menarik minat masyarakat ditengah harga pasar yang tinggi. Strategi ini sangat cocok untuk dilakukan mengingat perusahaan Bulog harus berpatokan dengan HET (Harga Eceran Tertinggi) yang menyebabkan perusahaan tidak dapat mengikuti harga pasar yang berubah – ubah. Strategi ini juga dapat dilakukan untuk menarik perhatian dari masyarakat dikarenakan kebutuhan beras yang sangat tinggi disebabkan oleh beras menjad makanan pokok masyarakat Indonesia. Tingginya harga pasar juga menjadikan peluang bagi perusahaan yang berpatokan dengan HET dalam memasarkan produknya ketika adanya bencana alam yang mana dapat kita ketahui ketika dalam keadaan tersebut masyarakat sangat membutuhkan bahan pokok dengan harga yang rendah.

Strategi kedua yaitu melakukan evaluasi kembali terhadap biaya – biaya umum untuk mengurangi HPP. Strategi ini dapat dilakukan mengingat besarnya biaya pokok produksi yang dikeluarkan perusahaan. Dengan mengevaluasi kembali biaya produksi, perusahaan dapat mengetahui penyebab dari biaya produksi yang besar. Perusahaan dapat mengurangi biaya – biaya yang tidak diperlukan agar dapat meminimalkan pengeluaran dan meningkatkan pemasukan.

BAB VI

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan peneliti, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Adapun yang termasuk dalam faktor internal serta faktor eksternal yang dapat mempengaruhi penjualan produk pada perusahaan Bulog yaitu :
 - a. Faktor Internal
 - Kekuatan (*Strength*), Memiliki kantor cabang dan gudang yang banyak di seluruh daerah, Hubungan dengan pemerintah baik, Memiliki mitra penjualan (RPK) sebanyak 1.500 di Aceh, dan Memiliki Teknologi pengolahan produk yang modern.
 - Kelemahan (*Weaknesses*), Berpatokan dengan HET (Harga Eceran Tertinggi), Biaya HPP yang tinggi terutama pada saat harga beras pasaran rendah, dan Terlambat memasuki permasaran era digital.
 - b. Faktor Eksternal
 - Peluang (*Opportunity*), Adanya bencana Alam seperti pandemi yang panjang, Harga pasar yang tinggi, dan Kebutuhan beras yang tinggi di masyarakat dikarenakan beras menjadi makanan pokok.
 - Ancaman (*Threats*), Harga Pasar Rendah, *Mindset* masyarakat yang buruk terhadap beras bulog, Pertumbuhan hama yang pesat, dan Adanya kompetitor atau pesaing yang tidak terikat dengan pemerintah.
2. Hasil analisis matriks QSPM diperoleh alternatif strategi yang cocok dan sesuai untuk dilakukan dalam waktu dekat oleh Perum Bulog Kanwil Aceh yaitu strategi Weakness – Opportunity yaitu membuat strategi promosi yang unik untuk menarik minat masyarakat ditengah harga pasar yang tinggi.

Saran

Berdasarkan kesimpulan pada penelitian ini, maka dapat disarankan sebagai berikut:

1. Alternatif strategi Weaknesses – Opportunity dapat berjalan dengan lancar seperti yang diharapkan Perum Bulog Kanwil Aceh dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada serta meminimalkan kelemahan dan ancaman yang ada untuk meningkatkan penjualan produk dengan menjaga kualitas produk dan mengendalikan tenaga kerja.
2. Diharapkan strategi yang ada dapat direncanakan dan diterapkan untuk meningkatkan penjualan produk agar dapat bersaing dengan bisnis lain.
3. Untuk penelitian selanjutnya, perlu dilakukan penelitian yang sama dengan objek dan sampel yang berbeda agar hasil penelitian ini lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afshar, F., Abbaspour, M., & Lahijanian, A. A.-M. (2019). Advances in Environmental Technology. *Providing a practical model of the waste management master plan with emphasis on public participation using the SWOT method, the QSPM matrix and the FAHP method*, 77-96.
- Aryadhana, I. B., Astiti, N. S., & Suardi, I. P. (2018). Persepsi Petani Terhadap Ketersediaan Sarana dan Prasarana Usaha Tani Di Subak Babakan Bengkel I Desa Getasan Kecamatan Petang Kabupaten Bandung. *E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, 8, 8.
- David FR. 2006. *Strategic Manajemen : concept and cases 10th ed.* Jakarta : Salemba Empat.
- Donggulo, C. V. (2017). Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Padi (*Oryza Sativa* L) pada Berbagai Pola Jajar Legowo dan Jarak Tanam. *Fakultas Pertanian Universitas Tadulako*, 24, 27-35.
- Hani, M. (2019). PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM) PADA RONDE ROHMAT PURWOKERTO. *Sripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN*, 1-105.
- Ikhwani, Pratiwi, G. R., Paturrohan, E., & Makarim, A. K. (2013). Peningkatan Produktivitas Padi Melalui Penerapan. *IPTEK TANAMAN PANGAN*, 8, 72-79.
- Kotler, B. (2009). Look before you leap: is risk of injury a foraging cost? *Behavioral Ecology and Sociobiology*, 63, 1821-1827.
- Laksmiari, W. (2017). KESEIMBANGAN NERACA BERAS DI INDONESIA TAHUN 2011 – 2015. *Jurnal Bumi Indonesia*, 6, 1-10.
- Mardati S, S., A, S., & Maming, J. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Pembelian Produk “Kita” Perum Bulog SubKanwil Makassar. *Hasanuddin Journal of Management*, 1(1), 1-8.
- Mariya Hani. (t.thn.). Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto. *Penerapan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix* .
- Nasab, H. H., & Milani, A. S. (2012). Applied Soft Computing. *An improvement of quantitative strategic planning matrix using multiple criteria decision making and fuzzy numbers*, 2246-2253.
- Nejad, M. B., Pouyan, N., & Shojaee, M. R. (2011). Australian Journal of Business and Management Research. *APPLYING TOPSIS AND QSPM METHODS IN FRAMEWORK SWOT MODEL : CASE STUDY OF THE IRAN'S STOCK MARKET*, 1(5), 93-103.

- Pasaribu, L. (2008). Analisis Strategi Pemasaran Susu UHT (Ultra High Temperature) (Studi Kasus : PT. ULTRAJAYA Tbk, Bandung). *Skripsi : Fakultas Pertanian IPB*, 1-145.
- Sarjono, B. (2013). Pengelolaan Strategi Dalam Persaingan Bisnis. *Jurnal Management Strategi*, 58-61.
- Tangkudung, A. J. (2016). Analisis Penerapan Manajemen Dan Strategi Distribusi Beras Di Perusahaan Umum Badan Urusan Logistik (Perum Bulog Sub Kanwil Kota Gorontalo). *Agrinesia : Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 1-16.
- Zulkarnaen, H. O., & Sutopo. (2013). Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan(Studi Penelitian UKM Snack Barokah di Solo). *Diponogoro Journal Of Management*, 2, 1-113.

LAMPIRAN



Gambar 5. Dokumentasi Penelitian 1.

Wawancara pertama bersama Bapak Achmad Faruk selaku Asisten Manajer Marketing & Hubungan Pelanggan. Wawancara tersebut guna untuk mengetahui beberapa faktor internal dan faktor internal yang berpengaruh terhadap penjualan produk dari perusahaan serta menentukan bobot dari setiap faktor yang ada. Wawancara tersebut juga bertujuan untuk menentukan bobot *attractive score* (AS) pada analisis QSPM.



Gambar 6. Dokumentasi Penelitian 2.

Wawancara berikutnya bersama salah satu staf dari bidang Marketing & Hubungan Pelanggan. Wawancara tersebut juga bertujuan untuk mengetahui beberapa faktor internal

dan faktor internal yang berpengaruh terhadap penjualan produk dari perusahaan serta menentukan bobot dari setiap faktor yang ada. Wawancara tersebut juga bertujuan untuk menentukan bobot *attractive score* (AS) pada analisis QSPM.



Gambar 7. Dokumentasi Penelitian 3.

Wawancara berikutnya bersama salah satu staf dari bidang Marketing & Hubungan Pelanggan. Wawancara tersebut juga bertujuan untuk mengetahui beberapa faktor internal dan faktor internal yang berpengaruh terhadap penjualan produk dari perusahaan serta menentukan bobot dari setiap faktor yang ada. Wawancara tersebut juga bertujuan untuk menentukan bobot *attractive score* (AS) pada analisis QSPM.