

ABSTRAK

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) (2021) perekonomian Indonesia pada triwulan II-2021 dibandingkan dengan triwulan II-2020 (y-on-y) mengalami pertumbuhan sebesar 7,07 persen. Pertumbuhan ini terjadi pada semua sektor lapangan usaha. Lapangan usaha yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah transportasi dan pergudangan sebesar 25,10 persen dan jasa kesehatan & komunikasi sebesar 11,62%. Sementara itu, industri pengolahan memiliki pertumbuhan yang dominan 6,58 %. Hal ini merupakan suatu peluang yang sangat besar bagi industri pengolahan, namun memaksimalkan peluang tersebut di perlukan kesiapan pada internal perusahaan, salah satunya adalah memiliki strategi pemasaran yang dapat di andalkan.

PT Karya Sari Murni merupakan perusahaan *chemical* yang didirikan pada 18 juli tahun 2003, dengan luas tanah 6000 m² yang berlokasi di daerah cipayung Jakarta Timur, dengan bisnis-ke-bisnis (B2B) model bisnis, yaitu model bisnis yang berfokus pada pemasaran dan menjual produk yang di peruntukan untuk bisnis lainnya. Saat ini perusahaan belum memiliki marketing strategi untuk menghadapi persaingan bisnis *chemical*. Oleh karena itu, tugas akhir ini bertujuan untuk merumuskan strategi yang baik berdasarkan sumber daya perusahaan untuk memaksimalkan peluang yang ada.

PT Karya Sari Murni adalah perusahaan *chemical* yang bergerak di bidang cat,tinta dan thinner untuk produk *packaging*, selama periode Maret 2021 sampai Maret 2022 target penjualan PT Karya Sari Murni tidak memenuhi target penjualan yang telah ditetapkan. Dalam penjualan aktual rata-rata dari Maret 2021 sampai Maret 2022 adalah Rp. Rp2,505,324,250.85, sedangkan target penjualan yang ditetapkan perusahaan adalah Rp3.000.000.000. Dapat disimpulkan bahwa ada kesenjangan antara kondisi saat ini dengan kondisi yang ingin dicapai. Berdasarkan permasalahan yang diuraikan pada latar belakang, rumusan masalah pada tugas akhir ini bagaimana

merancang strategi pemasaran untuk PT Karya Sari Murni untuk meningkatkan penjualan.

Saat ini perusahaan mengalami beberapa gejala permasalahan diantaranya penurunan pendapatan yang cukup signifikan pada 5 tahun terakhir serta tidak mencapai target penjualan yang sudah ditentukan. Adapun akar masalah yang diketahui pada perusahaan yang menyebabkan terjadinya gejala permasalahan tersebut, yaitu diantaranya variasi produk yang rendah, strategi pemasaran dan saluran penjualan yang masih belum optimal. Tujuan dalam penelitian PT Karya Sari Murni adalah untuk mengembangkan strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh PT Karya Sari Murni. Data penelitian terdiri dari data primer dan sekunder dan metode analisis yang digunakan adalah matrik Internal Factor Evaluation (IFE), matrik External Factor Evaluation (EFE), matrik Internal – External (IE), matrik SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) dan matrik Quantitative strategic Planning (QSPM).

Analisis menggunakan matriks SWOT menghasilkan total 9 strategi dan matriks IE terdapat 2 strategi yang dapat diimplementasikan. Berdasarkan evaluasi yang dilakukan melalui QSPM, strategi yang perlu diprioritaskan PT Karya Sari Murni adalah strategi penetrasi pasar dengan nilai *Total Attractiveness Score* (TAS) sebesar 6,14. Waktu pelaksanaan strategi kemudian disusun melalui *roadmap* rencana implementasi strategi tiap tahunnya.

Strategi yang telah disusun melalui analisis terhadap perusahaan lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang mempengaruhi bisnis pada perusahaan sehingga sesuai dengan sumber daya manusia yang di miliki dan kemampuan perusahaan, jika strategi yang dipilih dapat diterapkan dengan baik, dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan penjualan PT Karya Sari Murni.

Kata Kunci : *Chemical Industri*, Matrik IFE, Matrik EFE, Matrik IE, Matrik SWOT, Matrik QSPM, strategi pemasaran.