

Analisis Strategi Pemasaran Dengan Matriks SWOT dan QSPM Untuk Perusahaan Penyedia Peralatan Di Industri Telekomunikasi**Angga Kurniawan¹ Yani Iriani²**

^{1,2} Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Univeritas Widyatama
Jl. Cikutra No.204A, Sukapada, Kec. Cibeunying Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40125
Email: punulis1@Kurniawan.angga@widyatama.ac.id,

Abstract (English)

The telecommunications industry requires effective marketing strategies to maintain competitiveness in a competitive market. Telecommunication equipment and solution provider companies must understand their business environment and formulate appropriate strategies. SWOT analysis and QSPM can be used to prioritize marketing strategies. In the QSPM matrix, internal and external factors are weighted and given a score to determine the priority of marketing strategies that should be implemented. In an effort to stay competitive and face the challenges at hand, these companies need to create effective and adaptive marketing strategies to increase their competitiveness in the rapidly growing telecommunications market.

Article History

*Submitted: 1 January 2024
Accepted: 10 January 2024
Published: 11 January 2024*

Key Words

IFE; EFE; SWOT, QSPM

Abstrak (Indonesia)

Industri telekomunikasi membutuhkan strategi pemasaran yang efektif untuk mempertahankan daya saing di pasar yang kompetitif. Perusahaan penyedia peralatan dan solusi telekomunikasi harus memahami lingkungan bisnis mereka dan merumuskan strategi yang tepat. Analisis SWOT dan QSPM dapat digunakan untuk memprioritaskan strategi pemasaran. Dalam matriks QSPM, faktor internal dan eksternal dinilai berdasarkan bobotnya dan diberikan skor untuk menentukan prioritas strategi pemasaran yang harus diimplementasikan. Dalam upaya untuk tetap bersaing dan menghadapi tantangan yang ada, perusahaan-perusahaan ini perlu membuat strategi pemasaran yang efektif dan adaptif untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar telekomunikasi yang berkembang pesat.

Sejarah Artikel

*Submitted: 1 January 2024
Accepted: 10 January 2024
Published: 11 January 2024*

Kata Kunci

IFE; EFE; SWOT, QSPM

PENDAHULUAN

Dalam industri telekomunikasi, strategi pemasaran yang efektif sangatlah penting bagi perusahaan penyedia peralatan. Perusahaan-perusahaan ini bertanggung jawab dalam menyediakan peralatan dan solusi yang mendukung kemajuan teknologi komunikasi. Untuk mencapai kesuksesan dalam pasar yang kompetitif ini, perusahaan perlu memahami lingkungan bisnis mereka dan merumuskan strategi yang tepat. Industri telekomunikasi telah mengalami perkembangan pesat dalam beberapa dekade terakhir. Pertumbuhan teknologi dan permintaan yang tinggi dari konsumen telah mendorong perusahaan penyedia peralatan di industri ini untuk terus berinovasi dan memperluas jangkauan layanan mereka. Dalam upaya untuk tetap bersaing dan menghadapi tantangan yang ada, perusahaan-perusahaan ini perlu membuat strategi pemasaran yang efektif.

Strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan oleh unit bisnis untuk mencapai tujuannya. Strategi pemasaran juga menetapkan suatu target pasar dan suatu bauran pemasaran terkait (Setyorini, Effendi, and Santoso 2016). Metode yang digunakan untuk memprioritaskan strategi pemasaran yaitu AHP dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Keuntungan dengan menggunakan matriks QSPM adalah strategi-strategi dapat diperiksa secara berurutan dan bersamaan, serta tidak ada batas untuk jumlah strategi yang dapat dievaluasi secara sekaligus (Okny Zulkarnaen and Manajemen 2013)

TINJAUAN PUSTAKA

SWOT (strength, weakness, opportunity, threats)

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats) (Mayang, Astuti, and Ratnawati 2020). SWOT merupakan alat yang efektif untuk menghasilkan strategi dengan mencocokkan kekuatan dan kelemahan dengan peluang dan ancaman yang terkait dengan organisasi (Lijie 2019)

Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)

EFE (*external factor evaluation*) adalah alat perumusan strategis analitis yang membantu mengevaluasi lingkungan internal organisasi dan mengkategorikan faktor-faktor ke dalam kekuatan dan kelemahan (Ben Abdallah, Dawood Shamout, and Turki Alshurideh 2022). matriks EFE dilakukan dengan menganalisis lingkungan eksternal organisasi dengan mengidentifikasi peluang dan ancaman yang akan mempengaruhi organisasi (Maulana et al. 2023).

Evaluasi Faktor Internal (IFE)

IFE (*Internal factor evaluation*) digunakan digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal perusahaan berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting (Widian Sari 2019). Matriks EFI dilakukan dengan tujuan menganalisis lingkungan internal organisasi yaitu dalam hal kekuatan dan kelemahan yang dimiliki organisasi (Maulana et al. 2023)

QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)

QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) adalah yaitu sebuah metode untuk menentukan prioritas alternatif strategi yang diperoleh dari analisa SWOT yang bertujuan untuk menentukan strategi terbaik yang akan dipilih dari berbagai alternatif strategi yang didapatkan dari tahap sebelumnya (Mahfud and Mulyani 2017)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif di mana peneliti mendapatkan data dari eksplorasi sumber data dengan metode wawancara dan observasi terhadap responden. Tingkatan dalam penelitian ini adalah tingkatan individu yang terdapat dalam organisasi. Wawancara atau observasi hanya dilakukan secara sampling. Sampling adalah teknik (prosedur atau perangkat) yang digunakan oleh peneliti untuk secara sistematis memilih sejumlah item atau individu yang relatif lebih kecil (subset) dari populasi yang telah ditentukan sebelumnya untuk dijadikan subjek (sumber data) untuk observasi atau eksperimen sesuai tujuan (Firmansyah and Dede 2022).

Alur metode penelitian diatas dimulai dari

1. Tahap identifikasi masalah

Yaitu proses melakukan identifikasi masalah yang didapat dari proses survei pendahuluan atau wawancara awal dengan beberapa pegawai perusahaan untuk mengetahui kondisi perusahaan. Setelah diketahui dan didapat gambaran kondisi dalam perusahaan maka dilakukan identifikasi masalah

2. Pengolahan Data

Pengolahan data disini adalah pengolahan data perusahaan yang bersifat data untuk melanjutkan penelitian dan melihat karakteristik perusahaan yang dapat menjadi acuan untuk tahap berikutnya

3. Penentuan Responden

Responden adalah orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data (Pratiwi 2017). Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah pegawai dari perusahaan telekomunikasi tersebut

4. Pembuatan Instrumen Pertanyaan

Pembuatan instrument pertanyaan disini adalah proses pembuatan pertanyaan atau *questioner* untuk diajukan ke responden. Dalam pembuatan pertanyaan atau *questioner* dilakukan dengan mendapat beberapa masukan dari internal perusahaan

5. Analisis Data

Proses analisis data menggunakan metode Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE), Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) dan analisis SWOT untuk melihat Dimana analisis ini digunakan dengan tujuan untuk mengetahui faktor kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman perusahaan

6. Hasil Analisis

Hasil analisis adalah hasil akhir dari pengolahan data dengan menggunakan metode Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE), Evaluasi Faktor Eksternal (EFE), analisis SWOT dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Lingkungan (SWOT)

Analisis lingkungan internal merupakan proses identifikasi terhadap faktor-faktor kekuatan dan kelemahan dari perusahaan penyedia peralatan di industri telekomunikasi. Pada tabel 1 dapat dilihat analisis lingkungan yang meliputi kekuatan dan kelemahan dari perusahaan penyedia peralatan di industri telekomunikasi.

Tabel 1. Analisis Kekuatan dan Kelemahan

Analisis SWOT Perusahaan Penyedia Peralatan Di Industri Telekomunikasi		
Faktor Internal	Kekuatan	Kelemahan
Produk	Kualitas produk yang tinggi	Banyaknya produk dengan kualitas sama dipasaran dengan harga yang bersaing
Pemasaran	Jaringan distribusi yang luas	Ketergantungan pada beberapa pelanggan utama
	Skala dan kemitraan operasi yang besar	Masalah kualitas produk atau layanan yang dapat mempengaruhi reputasi perusahaan
Manajemen	Tim manajemen yang berpengalaman	Produk kurang bervariasi

Analisis lingkungan eksternal dari perusahaan penyedia peralatan di industri telekomunikasi mengidentifikasi peluang dan ancaman. Hasil analisis lingkungan eksternal dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Analisis Peluang dan Ancaman

Analisis SWOT Perusahaan Penyedia Peralatan Di Industri Telekomunikasi

Faktor Eksternal	Peluang	Ancaman
Kondisi Pasar	Pertumbuhan pasar yang pesat di industri telekomunikasi	Persaingan yang ketat dari perusahaan-perusahaan besar di industri telekomunikasi
Perkembangan Zaman	Adopsi teknologi baru dalam industri telekomunikasi, seperti 5G dan Internet of Things (IoT)	Teknologi yang cepat berubah dapat membuat perusahaan tertinggal jika tidak berinovasi secara terus-menerus
Regulasi Pemerintah	Kemungkinan adanya deregulasi atau perubahan kebijakan pemerintah terkait industri telekomunikasi	Perubahan kebijakan pemerintah yang tidak menguntungkan dapat mempengaruhi kinerja perusahaan
Tingkat Kebutuhan Pasar	Kebutuhan konsumen yang semakin meningkat akan koneksi internet dan layanan telekomunikasi yang lebih baik	-
Ancaman keamanan	-	Ancaman keamanan siber yang semakin meningkat dapat merusak reputasi perusahaan dan mempengaruhi kepercayaan konsumen

Analisis Matriks IFE

Matriks IFE digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari faktor-faktor internal perusahaan penyedia peralatan di industri telekomunikasi. Nilai total yang dibobot pada matriks ini merupakan hasil penjumlahan total dari perkalian bobot dan rating masing-masing faktor strategis internal dari perusahaan penyedia peralatan di industri telekomunikasi. Hasil matriks dapat dilihat di tabel 3

Tabel 3. Analisis Matriks IFE

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Bobot x Rating (Skor)
1	Kualitas produk yang tinggi	0.14286	3.8	0.542857143
2	Jaringan distribusi yang luas	0.14286	3.8	0.542857143
3	Skala dan kemitraan operasi yang besar	0.14286	3.8	0.542857143
4	Tim manajemen yang berpengalaman	0.14286	3.8	0.542857143
Kelemahan				
1	Banyaknya produk dengan kualitas sama dipasaran dengan harga yang bersaing	0.10526	2.8	0.294736842

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Bobot x Rating (Skor)
2	Ketergantungan pada beberapa pelanggan utama	0.10526	2.8	0.294736842
3	Masalah kualitas produk atau layanan yang dapat mempengaruhi reputasi perusahaan	0.12782	3.4	0.434586466
4	Produk kurang bervariasi	0.09023	2.4	0.216541353
Total		1	26.6	3.412030075

Jumlahkan rata-rata tertimbang untuk masing-masing variabel untuk menentukan total rata-rata tertimbang untuk perusahaan. Nilai rata-rata adalah 2,5. Total rata-rata tertimbang di bawah 2,5 menggambarkan organisasi yang lemah secara internal, sementara total nilai di atas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat. Dimana terlihat jumlah skor terbobotnya adalah **3,4** yang menunjukkan bahwa secara potensi internal perusahaan sudah kuat dengan faktor pendorong disisi kekuatan sama rata yaitu **0.54**. Namun kelemahan perusahaan juga harus diwaspadai yaitu masalah kualitas produk atau layanan yang dapat mempengaruhi reputasi perusahaan dengan skor **0,43**

Analisis Matriks EFE

Matriks EFE digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari faktor-faktor eksternal perusahaan penyedia peralatan di industri telekomunikasi. Nilai total yang dibobot pada matriks ini merupakan hasil penjumlahan total dari perkalian bobot dan rating masing-masing faktor strategis eksternal dari perusahaan penyedia peralatan di industri telekomunikasi. Hasil matriks dapat dilihat di tabel 4

Tabel 4. Analisis Matriks EFE

No	Peluang	Bobot	Rating	Bobot x Rating (Skor)
1	Pertumbuhan pasar yang pesat di industri telekomunikasi	0.13971	3.8	0.53088
2	Adopsi teknologi baru dalam industri telekomunikasi, seperti 5G dan Internet of Things (IoT)	0.13235	3.6	0.47647
3	Kemungkinan adanya deregulasi atau perubahan kebijakan pemerintah terkait industri telekomunikasi	0.13971	3.8	0.53088

No	Peluang	Bobot	Rating	Bobot x Rating (Skor)
4	Kebutuhan konsumen yang semakin meningkat akan koneksi internet dan layanan telekomunikasi yang lebih baik	0.13235	3.6	0.47647
Ancaman				
1	Persaingan yang ketat dari perusahaan-perusahaan besar di industri telekomunikasi	0.13235	3.6	0.47647
2	Teknologi yang cepat berubah dapat membuat perusahaan tertinggal jika tidak berinovasi secara terus-menerus	0.10294	2.8	0.28824
3	Perubahan kebijakan pemerintah yang tidak menguntungkan dapat mempengaruhi kinerja perusahaan	0.10294	2.8	0.28824
4	Ancaman keamanan siber yang semakin meningkat dapat merusak reputasi perusahaan dan mempengaruhi kepercayaan konsumen	0.11765	3.2	0.37647
Total		1		3.44412

Terlihat jumlah skor terbobot untuk matriks EFE perusahaan penyedia peralatan di industri telekomunikasi adalah **3,4** skor tersebut sudah melebihi dari rata-rata yaitu 2.5 sehingga perusahaan penyedia peralatan di industri telekomunikasi tersebut sudah sangat baik dalam mengelola ancaman dari luar dengan memanfaatkan peluang Pertumbuhan pasar yang pesat di industri telekomunikasi dan kemungkinan adanya deregulasi atau perubahan kebijakan pemerintah terkait industri telekomunikasi . Namun terlihat bahwa ancaman berupa persaingan yang ketat dari perusahaan-perusahaan besar di industri telekomunikasi harus diwaspadai karena memiliki skor sebesar **0,47**.

Analisis Matriks QSPM

Analisis QSPM bertujuan untuk menentukan strategi terbaik yang akan dipilih dari berbagai alternatif strategi yang didapatkan dari tahap sebelumnya. Hasil analisis QSPM dapat dilihat dari tabel 5

Tabel 5. Matriks QSPM

No	Kekuatan	Bobot	Alternanit Strategi				
			Mempertahankan kualitas dan pelayanan untuk mempertahankan dan menarik konsumen	Meningkatkan kemampuan menejemen	Menjaga hubungan baik dengan konsumen dan pemasok	Mempertahankan citra perusahaan	Mengembangkan promosi dan paket-paket penjualan
			TAS	TAS	TAS	TAS	TAS
1	Kualitas produk yang tinggi	0.14	0.71	0.29	0.43	0.57	0.57
2	Jaringan distribusi yang luas	0.14	0.71	0.29	0.71	0.43	0.43
3	Skala dan kemitraan operasi yang besar	0.14	0.43	0.29	0.43	0.43	0.29
4	Tim manajemen yang berpengalaman	0.14	0.57	0.29	0.43	0.43	0.57
Kelemahan							
1	Banyaknya produk dengan kualitas sama dipasaran dengan harga yang bersaing	0.11	0.42	0.32	0.53	0.32	0.32

No	Kekuatan	Bobot	Alternatif Strategi				
			Mempertahankan kualitas dan pelayanan untuk mempertahankan dan menarik konsumen	Meningkatkan kemampuan manajemen	Menjaga hubungan baik dengan konsumen dan pemasok	Mempertahankan citra perusahaan	Mengembangkan promosi dan paket-paket penjualan
			TAS	TAS	TAS	TAS	TAS
2	Ketergantungan pada beberapa pelanggan utama	0.11	0.32	0.32	0.53	0.32	0.32
3	Masalah kualitas produk atau layanan yang dapat mempengaruhi reputasi perusahaan	0.13	0.38	0.38	0.64	0.51	0.38
4	Produk kurang bervariasi	0.09	0.36	0.18	0.45	0.18	0.36
Peluang							
1	Pertumbuhan pasar yang pesat di industri telekomunikasi	0.14	0.56	0.42	0.42	0.28	0.56
2	Adopsi teknologi baru dalam industri telekomunikasi, seperti 5G dan Internet of Things (IoT)	0.13	0.53	0.40	0.53	0.53	0.26

No	Kekuatan	Bobot	Alternatif Strategi				
			Mempertahankan kualitas dan pelayanan untuk mempertahankan dan menarik konsumen	Meningkatkan kemampuan manajemen	Menjaga hubungan baik dengan konsumen dan pemasok	Mempertahankan citra perusahaan	Mengembangkan promosi dan paket-paket penjualan
			TAS	TAS	TAS	TAS	TAS
3	Kemungkinan adanya deregulasi atau perubahan kebijakan pemerintah terkait industri telekomunikasi	0.14	0.42	0.42	0.70	0.28	0.56
4	Kebutuhan konsumen yang semakin meningkat akan koneksi internet dan layanan telekomunikasi yang lebih baik	0.13	0.40	0.26	0.40	0.40	0.26
Ancaman							0.00
1	Persaingan yang ketat dari perusahaan-perusahaan besar di industri telekomunikasi	0.13	0.53	0.40	0.40	0.40	0.40

No	Kekuatan	Bobot	Alternanit Strategi				
			Mempertahankan kualitas dan pelayanan untuk mempertahankan dan menarik konsumen	Meningkatkan kemampuan menejemen	Menjaga hubungan baik dengan konsumen dan pemasok	Mempertahankan citra perusahaan	Mengembangkan promosi dan paket-paket penjualan
			TAS	TAS	TAS	TAS	TAS
2	Teknologi yang cepat berubah dapat membuat perusahaan tertinggal jika tidak berinovasi secara terus-menerus	0.10	0.31	0.31	0.51	0.31	0.31
3	Perubahan kebijakan pemerintah yang tidak menguntungkan dapat mempengaruhi kinerja perusahaan	0.10	0.21	0.31	0.41	0.41	0.41

No	Kekuatan	Bobot	Alternanit Strategi									
			Mempertahankan kualitas dan pelayanan untuk mempertahankan dan menarik konsumen	Meningkatkan kemampuan menejemen	Menjaga hubungan baik dengan konsumen dan pemasok	Mempertahankan citra perusahaan	Mengembangkan promosi dan paket-paket penjualan					
			TAS	TAS	TAS	TAS	TAS					
4	Ancaman keamanan siber yang semakin meningkat dapat merusak reputasi perusahaan dan mempengaruhi kepercayaan konsumen	0.12										
Total			0.35	0.35	0.47	0.24	0.24	7.21	5.21	7.98	6.02	6.23
			II	V	I	IV	III					

Diketahui dari hasil terlihat bahwa nilai TAS atau *Total Attractve Score* tertinggi adalah alternatif strategi Menjaga hubungan baik dengan konsumen dan pemasok dengan nilai **7,98**

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil perhitungan matriks IFE (*internal factor evaluation*) didapat skor sebesar **3,4** yang menunjukkan bahwa secara potensi internal perusahaan sudah kuat dengan faktor pendorong disisi kekuatan sama rata yaitu **0,54**. Namun kelemahan perusahaan juga harus diwaspadai yaitu masalah kualitas produk atau layanan yang dapat mempengaruhi reputasi perusahaan dengan skor **0,43**

Dan berdasarkan hasil perhitungan matriks EFE (*External factor evaluation*) dimana jumlah skor terbobot nya adalah **3,4**. dengan memanfaatkan peluang Pertumbuhan pasar yang pesat di industri telekomunikasi dan kemungkinan adanya deregulasi atau perubahan kebijakan pemerintah terkait industri telekomunikasi . Namun terlihat bahwa ancaman berupa persaingan yang ketat dari perusahaan-perusahaan besar di industri telekomunikasi harus diwaspadai karena memiliki skor sebesar **0,47**

Saran

Sesuai dengan hasil dari analisis data yang dilakukan dengan metode matriks QSPM atau *Quantitative Strategic Planning Matrix* dimana nilai TAS atau *Total Attractive Score* tertinggi adalah alternatif strategi Menjaga hubungan baik dengan konsumen dan pemasok dengan nilai **7,98** maka perusahaan dapat melakukan alternatif strategi tersebut dengan tentu tetap memperhatikan beberapa faktor ancaman, kelemahan yang mungkin dapat mempengaruhi manajemen pemasaran dari perusahaan

DAFTAR PUSTAKA

- Ben Abdallah, Rabeb, Mohamed Dawood Shamout, and Muhammad Turki Alshurideh. 2022. "Business Development Strategy Model Using EFE, IFE AND IE Analysis in a High-Tech Company: An Empirical Study." *Academy of Strategic Management Journal* 21(2).
- Firmansyah, Deri, and Dede. 2022. "Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian: Literature Review." *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)* 1(2):85–114. doi: 10.55927.
- Lijie, Yang. 2019. "A Workable Strategy-Formulation Framework." *International Conference on Strategic Management*. doi: 10.25236/icsm.2019.033.
- Mahfud, Tuatul, and Yoghiana Mulyani. 2017. "Aplikasi Metode QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) (Studi Kasus: Strategi Peningkatan Mutu Lulusan Program Studi Tata Boga)." *Jurnal Sosial Humanjora Dan Pendidikan* 1(1):66–77.
- Maulana, Muhamad Azril, Tiarapuspa Puspa, Alya NurKhoirunnisa, Mikail Muhammad Haikal Murzid, and Wahyu Angzelina Simanjuntak. 2023. "Analisis Manajemen Strategik Perusahaan Pada Ayam Penyet Cabe Ijo 'Sinar Karsi.'" *Jurnal Ekonomi Trisakti* 3(1):587–600. doi: 10.25105/jet.v3i1.15527.
- Mayang, Anissa, Indri Astuti, and Shinta Ratnawati. 2020. "Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Di Kantor Pos Kota Magelang 56100)." *Anissa Mayang Indri Jurnal Ilmu Manajemen* 17(2):2020.
- Oky Zulkarnaen, Halim, and Jurusan Manajemen. 2013. "Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm) Makanan Ringan (Studi Penelitian Ukm Snack Barokah Di Solo)." *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT* 2(1).
- Pratiwi, Indah. 2017. "Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi." *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial* 1(2):202–24.
- Setyorini, Hany, ud Effendi, and Imam Santoso. 2016. "Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT Dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno

Hatta Malang) Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study: WS Restaurant Soekarno Hatta Malang).” *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri* 5(1):46–53.

Widian Sari, Marta. 2019. “Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (Qspm) Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm) (Studi Kasus Pada Roman Indah Ukm Di Padang).” 1. doi: 10.31933/JIMT.