

ANALISIS SWOT PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR (STUDI KASUS PADA PT. INDOCIPTA HASTA PERKASA)

Susi Susanti
Universitas Pelita Bangsa
Email: Susisusanti41041@gmail.com

ABSTRAK

PT Indocipta Hasta Perkasa merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak dalam produksi sparepart kendaraan bermotor, dengan produk utama berupa metal stamping, bolt, dan nut. Berlokasi di Cikarang Barat dan di kawasan industri Indotaisei Karawang, perusahaan ini menjadi salah satu pemasok komponen otomotif bagi beberapa perusahaan besar seperti AHM, Astra Group, Tokai, dan Kawasaki. Kegiatan operasional perusahaan sangat bergantung pada ketersediaan dan pengelolaan bahan baku berkualitas, sehingga manajemen persediaan menjadi aspek vital dalam menjamin kelancaran produksi dan mutu produk. Dalam menghadapi persaingan global dan dinamika industri yang semakin kompleks, PT Indocipta Hasta Perkasa perlu melakukan evaluasi terhadap faktor internal dan eksternal guna merumuskan strategi yang efektif. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Analisis ini diperkuat dengan Matriks IFE (Internal Factor Evaluation) dan EFE (External Factor Evaluation) guna memberikan penilaian yang lebih terukur terhadap posisi strategis perusahaan. Hasil analisis diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif dalam penyusunan strategi perusahaan agar mampu mempertahankan daya saing serta mendorong pertumbuhan usaha secara berkelanjutan di tengah tantangan industri otomotif yang terus berkembang.

Kata Kunci : Perusahaan Manufaktur, SWOT, IFE, EVE

Article history

Received: Juli 2025
Reviewed: Juli 2025
Published: Juli 2025

Plagiarism checker no 886 Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

PT Indocipta Hasta Perkasa adalah sebuah perusahaan manufaktur yang memproduksi sparepart kendaraan bermotor, baik untuk motor maupun mobil. Berlokasi di Desa Sukadanau, Cikarang Barat, perusahaan ini mengolah bahan baku khususnya material aluminium dan baja menjadi produk jadi seperti metal stamping, bolt, dan nut. Seiring dengan perkembangan kapasitas produksi dan perluasan pasar, PT Indocipta Hasta Perkasa juga memiliki fasilitas produksi tambahan, yaitu Plant II yang berlokasi di kawasan industri Indotaisei, Karawang. Ekspansi ini mencerminkan komitmen perusahaan untuk terus meningkatkan kapabilitas dan menjangkau lebih banyak pelanggan dalam industri otomotif nasional.

Sebagai bagian penting dari rantai pasok industri otomotif nasional, PT Indocipta Hasta Perkasa menjadi vendor bagi perusahaan besar seperti AHM, Astra Group, Tokai, dan Kawasaki. Kegiatan produksi perusahaan sangat bergantung pada kualitas bahan baku yang digunakan. Oleh karena itu, pengelolaan bahan baku yang efektif dan efisien menjadi aspek krusial dalam mendukung kualitas output produksi.

Dalam industri manufaktur, bahan baku tidak hanya harus disediakan dalam jumlah yang cukup, tetapi juga harus disimpan dan dikelola dengan benar untuk menghindari kerusakan atau penurunan mutu akibat penumpukan atau pencampuran yang tidak sesuai. Manajemen gudang dan persediaan bahan baku yang baik akan memastikan kelangsungan proses produksi tanpa hambatan, meminimalkan pemborosan, serta mencegah kerugian akibat bahan usang atau rusak. Dengan kata lain, efektivitas pengelolaan bahan baku dan pencatatan stok sangat menentukan efisiensi operasional perusahaan. (Hastari et al., n.d.)

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi industri yang pesat, perusahaan manufaktur dituntut untuk terus melakukan adaptasi dan inovasi agar mampu bersaing di pasar domestik maupun internasional. Menghadapi tantangan ini, perusahaan perlu melakukan evaluasi secara menyeluruh terhadap kondisi internal dan eksternal untuk merumuskan strategi yang tepat

Penilaian yang dilakukan secara simultan terhadap lingkungan eksternal dan profil perusahaan memungkinkan manajemen mengidentifikasi berbagai jenis peluang yang mungkin timbul dan dapat dimanfaatkan (Baroto & Purbohadiningrat, 2014). Berbagai peluang tersebut berupa kemungkinan yang wajar untuk dipertimbangkan. Dalam melakukan analisis tentang berbagai kemungkinan tersebut manajemen mutlak perlu melakukan penyaringan yang cermat sehingga terlihat perbedaan nyata antara kemungkinan peluang dan kemungkinan yang diinginkan. Strategi yang handal, tepat dan jitu merupakan salah satu syarat bagi keberlangsungan kegiatan bisnis perusahaan. Untuk itu proses analisis dan pemilihan strategi menjadi salah satu kegiatan pokok bagi manajemen. (Widiyarini; Fatimah, 2019)

Dalam menghadapi dinamika bisnis dan industri, perusahaan perlu melakukan evaluasi terhadap kondisi internal dan eksternal guna menyusun strategi yang tepat. Salah satu pendekatan yang umum digunakan untuk menganalisis posisi strategis perusahaan adalah analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) (Sylvia & Hayati, 2023). Analisis ini membantu perusahaan dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal yang memengaruhi kinerja dan keberlangsungan usaha.

Selain itu, untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif, digunakan pula Matriks IFE (Internal Factor Evaluation) dan EFE (External Factor Evaluation). Matriks IFE memberikan gambaran sejauh mana kekuatan dan kelemahan internal perusahaan direspon dan dimanfaatkan secara efektif. Sedangkan Matriks EFE menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu mengantisipasi peluang dan mengatasi ancaman dari lingkungan eksternal.

Melalui analisis SWOT, IFE, dan EFE ini, diharapkan PT Indocipta Hasta Perkasa dapat merumuskan strategi yang tepat untuk mempertahankan daya saing dan mendorong pertumbuhan usaha yang berkelanjutan di tengah kompetisi industri yang semakin ketat.

METODE ANALISIS

1. Pendekatan Analisis

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan tujuan untuk mengevaluasi posisi strategis PT Indocipta Hasta Perkasa melalui analisis faktor internal dan eksternal. Analisis dilakukan secara sistematis melalui tiga tahapan utama, yaitu:

- (1) Analisis SWOT,
 - (2) Matriks IFE (Internal Factor Evaluation), dan
 - (3) Matriks EFE (External Factor Evaluation).
-

2. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam analisis ini diperoleh dari:

- Observasi terhadap proses produksi dan manajemen di perusahaan,
- Studi literatur terkait industri manufaktur otomotif,
- Wawancara informal dengan karyawan dan manajemen

3. Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi empat komponen utama:

- Strengths (Kekuatan): Faktor internal positif yang menjadi keunggulan perusahaan.
- Weaknesses (Kelemahan): Faktor internal negatif yang menjadi hambatan bagi perusahaan.
- Opportunities (Peluang): Faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk pertumbuhan dan pengembangan.
- Threats (Ancaman): Faktor eksternal yang berpotensi menghambat kinerja perusahaan.

Hasil analisis SWOT digunakan untuk merumuskan strategi pada empat kuadran: SO (Strengths-Opportunities), WO (Weaknesses-Opportunities), ST (Strengths-Threats), dan WT (Weaknesses-Threats). (Hendarsih, 2022)

4. Penyusunan Matriks IFE (Internal Factor Evaluation)

Langkah-langkah penyusunan matriks IFE adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) yang relevan.
2. Penetapan bobot (weights) pada setiap faktor, dengan skala 0.00-1.00, yang mencerminkan tingkat kepentingannya terhadap keberhasilan perusahaan. Total seluruh bobot adalah 1.00. (Lestariningsih et al., 2024)
3. Penetapan skala rating untuk setiap faktor, dengan skala 1-4:
 - 1 = respon perusahaan tidak baik terhadap faktor tersebut,
 - 2 = kurang baik
 - 3 = baik
 - 4 = sangat baik

5. Perhitungan skor tertimbang dengan mengalikan bobot dan skala rating.

Penyusunan Matriks EFE (External Factor Evaluation)

Langkah-langkah penyusunan matriks EFE serupa dengan IFE, namun berfokus pada faktor eksternal:

1. Identifikasi peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal industri.
 2. Penetapan bobot dengan total 1.00.
 3. Penetapan skala rating:
 - 1 = perusahaan tidak merespons dengan efektif,
 - 2 = respon kurang efektif,
 - 3 = respon cukup baik,
 - 4 = respon sangat baik.
 4. Perhitungan skor tertimbang dan total skor akhir, untuk menilai seberapa baik perusahaan mampu memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman
-

HASIL ANALISIS

Tabel 1. Data SWOT yang akan di analisis

Strengths (Kekuatan) 1. Kemampuan penyesuaian permintaan 2. Vendor resmi untuk untuk brand besar 3. Specialisasi Produk 4. Manajemen Gudang yang dioptimalkan 5. Hubungan baik dengan customer & supplier 6. Fleksibilitas Material 7. Proses Quality Control Terstruktur 8. Pengalaman Impor Produk Industri 9. Sertifikasi dan Kepatuhan Regulasi 10. Manajemen Bahan Baku yang Serius	Weaknesses (Kelemahan) 1. Ketergantungan pada Perusahaan Besar 2. Kurangnya Inovasi Produk Baru 3. Risiko Kesalahan Pencatatan Stok 4. Tidak Eksis di Platform Digital Industri 5. Kurangnya Digitalisasi dalam Operasi 6. Tidak Terlalu Terkenal secara Nasional 7. Ketergantungan pada Impor 8. Risiko Persediaan Menumpuk 9. Ketergantungan pada Industri Otomotif Konvensional 10. Peningkatan Produktivitas Bisa Menekan Tenaga Kerja
Opportunities (Peluang) 1. Pertumbuhan Industri Otomotif Nasional dan Regional 2. Peluang Ekspansi ke Industri EV (Electric Vehicle) 3. Digitalisasi Operasi dan Pencatatan Stok 4. Peningkatan Ekspor Sparepart Otomotif 5. Pertumbuhan Kawasan Industri di Karawang-Cikarang 6. Digitalisasi Penjualan 7. Peluang Ekspor Ulang (Re-export) 8. Standarisasi ISO/SNI untuk Produk 9. Kerja Sama R&D dengan Kampus Teknik 10. Pemanfaatan Limbah Produksi untuk Produk Baru	Threats (Ancaman) 1. Harga Bahan Baku yang Tidak Stabil 2. Perubahan Teknologi di Industri Otomotif 3. Persaingan Internal antar Vendor Lokal 4. Risiko Regulasi Impor dan Industri 5. Ancaman Produk Ilegal dan Non-Standar 6. Ketergantungan Terhadap Pasar Domestik 7. Potensi Krisis Energi dan Logistik 8. Tekanan Lingkungan dan CSR 9. Turnover Karyawan Produksi 10. Risiko Lingkungan & Limbah Industri

Tabel 2.Matriks SWOT PT Indocipta Hasta Perkasa

FAKTOR-FAKTOR INTERNAL FAKTOR-FAKTOR INTERNAL	Strengths (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
	1. Kemampuan penyesuaian permintaan 2. Vendor resmi untuk untuk brand besar 3. Specialisasi Produk 4. Manajemen Gudang yang dioptimalkan 5. Hubungan baik dengan customer & supplier 6. Fleksibilitas Material 7. Proses Quality Control Terstruktur 8. Pengalaman Impor Produk Industri 9. Sertifikasi dan Kepatuhan Regulasi 10. Manajemen Bahan Baku yang Serius	1. Ketergantungan pada Perusahaan Besar 2. Kurangnya Inovasi Produk Baru 3. Risiko Kesalahan Pencatatan Stok 4. Tidak Eksis di Platform Digital Industri 5. Kurangnya Digitalisasi dalam Operasi 6. Tidak Terlalu Terkenal secara Nasional 7. Ketergantungan pada Impor 8. Risiko Persediaan Menumpuk 9. Ketergantungan pada Industri Otomotif Konvensional 10.Peningkatan Produktivitas Bisa Menekan Tenaga Kerja
Opportunities (Peluang) 1. Pertumbuhan Industri Otomotif Nasional dan Regional 2. Peluang Ekspansi ke Industri EV (Electric Vehicle) 3. Digitalisasi Operasi dan Pencatatan Stok 4. Peningkatan Ekspor Sparepart Otomotif 5. Pertumbuhan Kawasan Industri di Karawang-Cikarang 6. Digitalisasi Penjualan 7. Peluang Ekspor Ulang (Re-export) 8. Standarisasi ISO/SNI untuk Produk 9. Kerja Sama R&D dengan Kampus Teknik 10. Pemanfaatan Limbah Produksi untuk Produk Baru	Strategi SO (Strengths - Opportunities) 1. Gunakan fleksibilitas material & spesialisasi produk untuk masuk pasar EV & ekspor. 2. Manfaatkan hubungan join development dan sertifikasi untuk kerja sama R&D dan masuk standar global. 3. Tingkatkan digitalisasi gudang & kontrol stok untuk dukung pertumbuhan kawasan industri. 4. Gunakan manajemen bahan baku yang efisien untuk memanfaatkan tren re-ekspor & limbah produksi. 5. Andalkan pengalaman impor dan penyesuaian permintaan untuk penetrasi pasar regional.	Strategi WO (Weaknesses - Opportunities) 1. Atasi kurangnya digitalisasi & kesalahan stok dengan penerapan sistem ERP modern. 2. Kurangnya inovasi produk bisa diatasi dengan kolaborasi kampus teknik & R&D EV. 3. Kurangi ketergantungan industri otomotif konvensional dengan diversifikasi produk dari limbah. 4. Gunakan peluang digitalisasi penjualan untuk mengatasi branding yang lemah dan memperluas jangkauan. 5. Manfaatkan pertumbuhan kawasan industri untuk mengurangi ketergantungan lokasi & membuka rekrutmen SDM baru.
Threats (Ancaman) 1. Harga Bahan Baku yang Tidak Stabil 2. Perubahan Teknologi di Industri Otomotif 3. Persaingan Internal antar Vendor Lokal 4. Risiko Regulasi Impor dan Industri 5. Ancaman Produk Ilegal dan Non- Standar 6. Ketergantungan Terhadap Pasar Domestik 7. Potensi Krisis Energi dan Logistik 8. Tekanan Lingkungan dan CSR 9. Turnover Karyawan Produksi 10. Risiko Lingkungan & Limbah Industri	Strategi ST (Strengths - Threats) 1. Gunakan proses QC & manajemen bahan baku ketat untuk lawan produk ilegal/non-standar. 2. Gunakan fleksibilitas bahan dan pengalaman vendor besar untuk menyesuaikan dengan perubahan teknologi otomotif. 3. Pertahankan efisiensi dan optimalisasi gudang untuk hadapi fluktuasi bahan baku & krisis logistik. 4. Hubungan baik dengan supplier dapat membantu stabilisasi pasokan saat krisis. 5. Kepatuhan regulasi & sertifikasi bantu menghadapi tekanan lingkungan & regulasi baru.	Strategi WT (Weaknesses - Threats) 1. Kurangi ketergantungan pasar domestik dan industri otomotif konvensional dengan ekspansi ke sektor lain (non-otomotif). 2. Terapkan digitalisasi untuk menghindari kerugian karena kesalahan stok & persediaan menumpuk. 3. Gunakan teknologi untuk mengurangi dampak tekanan CSR & limbah industri. 4. Kurangi ketergantungan pada impor dengan mencari alternatif lokal & recycling. 5. Bangun sistem SDM yang kuat untuk mengurangi turnover tenaga kerja dan menjaga produktivitas.

Tabel 3. Internal Factor Evaluation (IFE)

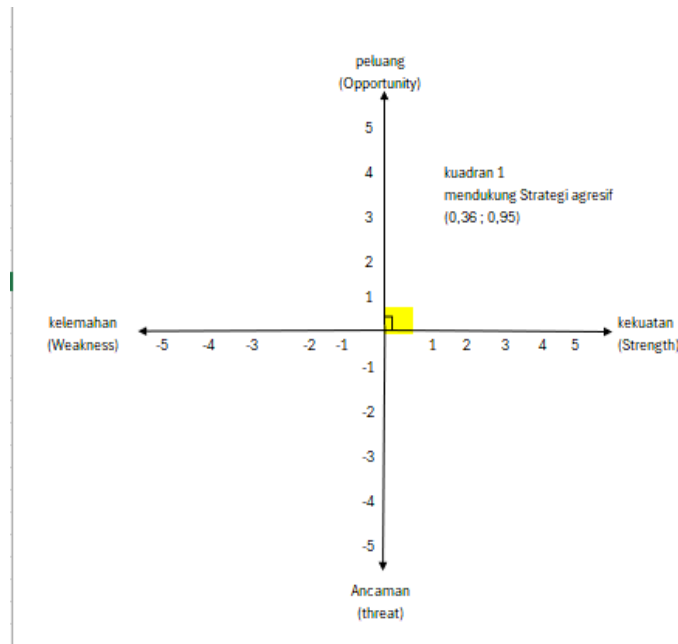
Analisis Faktor internal		Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1	Kemampuan Penyesuaian Permintaan	00.06	3,0	00.18
2	Vendor Resmi untuk Brand Besar	00.06	3,0	00.18
3	Spesialisasi Produk	00.06	3,0	00.18
4	Manajemen Gudang yang Dioptimalkan	00.06	2,5	00.15
5	Hubungan Baik dengan Customer & Supplier	00.06	4,0	00.24
6	Fleksibilitas Material	00.06	3,0	00.18
7	Proses Quality Control Terstruktur	00.06	3,0	00.18
8	Pengalaman Impor Produk Industri	00.05	3,0	00.15
9	Sertifikasi dan Kepatuhan Regulasi	00.06	3,0	00.18
10	Manajemen Bahan Baku yang Serius	00.07	2,0	00.14
Sub Total		01.00		02.56
Kelemahan				
1	Ketergantungan pada Perusahaan Besar	00.06	3,0	00.18
2	Kurangnya Inovasi Produk Baru	00.08	2,5	00.20
3	Risiko Kesalahan Pencatatan Stok	00.10	2,5	00.25
4	Tidak Eksis di Platform Digital Industri	00.04	2,0	00.08
5	Kurangnya Digitalisasi dalam Operasi	00.06	2,0	00.12
6	Tidak Terlalu Terkenal secara Nasional	00.04	2,5	00.10
7	Ketergantungan pada Impor	00.06	2,0	00.12
8	Risiko Persediaan Menumpuk	00.07	2,0	00.14
9	Ketergantungan pada Industri Otomotif Konvensional	00.04	2,0	00.08
10	Peningkatan Produktivitas Bisa Tekan Tenaga Kerja	00.05	2,5	00.12
Sub Total		01.00		02.19
Total skor				00.36

Berdasarkan Tabel 3. Internal Factor Evaluation (IFE), PT Indocipta Hasta perkasas memperoleh Total skor IFE keseluruhan adalah 4,75 dari maksimum 5,00, yang terdiri dari skor kekuatan sebesar 2,56 dan skor kelemahan sebesar 2,19, sehingga total skor rata-rata keseluruhan adalah 2,375. Dalam interpretasi matriks IFE, skor rata-rata sebesar 2,5 menunjukkan kondisi internal yang netral. Skor 2,375 sedikit di bawah rata-rata ini, yang mengindikasikan bahwa meskipun perusahaan PT Indocipta Hasta Perkasas memiliki kekuatan yang cukup, masih terdapat kelemahan internal yang perlu segera diperbaiki agar tidak menghambat kinerja dan keberlanjutan usaha di masa depan.

Tabel 4. Eksternal Factor Evaluation (IFE)

Analisis Faktor Eksternal		Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1	Pertumbuhan Industri Otomotif	00.07	4,0	00.28
2	Ekspansi ke Industri EV	00.07	3,0	00.21
3	Digitalisasi Operasi & Gudang	00.07	4,0	00.28
4	Peningkatan Ekspor	00.05	3,0	00.15
5	Pertumbuhan Kawasan Industri	00.05	4,0	00.20
6	Digitalisasi Penjualan	00.05	2,0	00.10
7	Peluang Re-Export	00.04	2,0	00.12
8	Standarisasi ISO/SNI	00.06	3,0	00.18
9	Kerja Sama dengan Kampus Teknik	00.04	2,5	00.10
10	Pemanfaatan Limbah Produksi	00.10	2,5	00.25
Sub Total		01.00		03.03
Ancaman				
1	Harga Bahan Baku Tidak Stabil	00.07	2,0	00.14
2	Perubahan Teknologi Otomotif	00.07	2,0	00.14
3	Persaingan Vendor Lokal	00.08	3,0	00.24
4	Regulasi Impor dan Industri	00.06	2,0	00.12
5	Produk Ilegal / Non-Standar	00.05	2,0	00.10
6	Ketergantungan Pasar Domestik	00.05	2,0	00.10
7	Krisis Energi dan Logistik	00.05	2,0	00.10
8	Tekanan CSR & Lingkungan	00.08	2,0	00.16
9	Turnover Karyawan	00.05	2,0	00.10
10	Risiko Limbah Industri	00.04	2,0	00.08
Sub Total		01.00		02.08
Total skor				00.95

Berdasarkan Tabel 4. Eksternal Factor Evaluation (IFE), PT Indocipta Hasta perkasa memperoleh Total skor EFE adalah 5,11, yang terdiri dari skor peluang sebesar 3,03 dan skor ancaman sebesar 2,08. Skor ini mencerminkan bahwa perusahaan cukup efektif dalam memanfaatkan peluang eksternal, namun masih memiliki tantangan dalam merespons berbagai ancaman eksternal secara optimal. Selisih skor sebesar 0,95 antara peluang dan ancaman menunjukkan bahwa saat ini lingkungan eksternal masih memberikan lebih banyak peluang dibandingkan tekanan negatif. Namun, perusahaan PT Indocipta Hasta Perkasa perlu segera memperbaiki kapasitas adaptifnya dalam menghadapi isu-isu industri seperti digitalisasi, persaingan harga, dan perubahan teknologi untuk menjaga keberlanjutan bisnis.



KESIMPULAN

PT Indocipta Hasta Perkasa berada pada kuadran 1 yakni harus mendukung strategi agresif dengan menggunakan Strategi SO yakni :

1. Gunakan fleksibilitas material & spesialisasi produk untuk masuk pasar EV & ekspor.
2. Manfaatkan hubungan join development dan sertifikasi untuk kerja sama R&D dan masuk standar global.
3. Tingkatkan digitalisasi gudang & kontrol stok untuk dukung pertumbuhan kawasan industri.
4. Gunakan manajemen bahan baku yang efisien untuk memanfaatkan tren re-ekspor & limbah produksi.
5. Andalkan pengalaman impor dan penyesuaian permintaan untuk penetrasi pasar regional.

Namun perlu diperhatikan bahwa selisih antara kekuatan dengan kelemahan, serta antara peluang dengan ancaman, sangat kecil. Artinya, meskipun strategi agresif dapat diterapkan, perusahaan PT Indocipta hasta Perkasa tetap berada dalam kondisi perlu diwaspadai. Oleh karena itu, perusahaan harus memperbaiki kelemahan internal dan mengoptimalkan pemanfaatan peluang yang tersedia.

ISSN: 3025-9495

DUKUMENTASI



DAFTAR REFERENSI

- Hastari, S., Pudyaningsih, A. R., & Wahyudi, P. (n.d.). *Penerapan Metode EOQ dalam Pengendalian Bahan Baku Guna Efisiensi Total Biaya Persediaan Bahan Baku*
- Hendarsih, I. (2022). ANALISIS SWOT MATRIKS IFE DAN EFE UNTUK MENENTUKAN STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR PADA JASA CV ZIGZAG LASERWORK SEMARANG. In *Jurnal Ekonomi Pembangunan* (Vol. 8, Issue 2).
- Lestariningsih, I., Asnawi, Y. H., Saptono, I. T., Bisnis, S., Pertanian Bogor, I., Id, A. I. A., & Author, C. (2024). Analysis Of Hospital Business Development Strategy Using IFE, EFE, IE Matrix And SWOT Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Rumah Sakit Menggunakan IFE, EFE, IE Matriks Dan SWOT. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 5, Issue 2).
<http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Sylvia, R., & Hayati, D. (2023). ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK INDOSAT PADA PT X STIE NASIONAL BANJARMASIN (Vol. 16, Issue 1).
- Widiyarini; Fatimah, Z. (2019). 236197386. *Journal of Applied Business and Economic* Vol. 5 No. 4, Vol.5 No 4(PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT DAN QSPM DALAM UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN PT PRIMAVISTA SOLUSI).
-