

## **Sosialisasi Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Dalam Strategi Promosi Berbasis Digital Pada Toko Pakaian Muslim Di Kota Padangsidempuan**

**Hery Dia Anata Batubara<sup>1</sup>, Pertama Yul Asmara Pane<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Universitas Graha Nusantara Padangsidempuan, Sumatera Utara, Indonesia

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Hery Dia Anata Batubara

**E-mail:** [anata.batubara@gmail.com](mailto:anata.batubara@gmail.com)

### **Abstrak**

*Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memperkenalkan dan mensosialisasikan metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) kepada pemilik toko pakaian Muslim di Kota Padangsidempuan, dengan fokus pada strategi promosi berbasis digital. Melalui kegiatan ini, diharapkan pemilik toko dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengembangkan strategi promosi yang efektif dalam era digital. Kegiatan sosialisasi QSPM dilakukan melalui serangkaian workshop, pelatihan, dan diskusi interaktif. Para peserta akan diperkenalkan dengan konsep dasar QSPM, termasuk langkah-langkah dalam mengidentifikasi faktor-faktor strategis dan memilih alternatif strategi yang tepat. Mereka juga akan mendapatkan contoh aplikasi QSPM dalam konteks toko pakaian Muslim. Hasil dari pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pemilik toko pakaian Muslim tentang pentingnya strategi promosi berbasis digital dan bagaimana QSPM dapat digunakan sebagai alat untuk mengembangkan strategi yang efektif. Dengan pemahaman ini, diharapkan mereka dapat meningkatkan kehadiran online mereka, memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya, serta meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif. Pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat memberikan manfaat nyata bagi pemilik toko pakaian Muslim di Kota Padangsidempuan. Dengan mengadopsi QSPM dan strategi promosi berbasis digital, diharapkan mereka dapat meningkatkan visibilitas, menarik pelanggan baru, dan memperluas jangkauan pasar mereka. Selain itu, kegiatan ini juga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan daya saing industri pakaian Muslim di Kota Padangsidempuan.*

**Kata kunci** – QSPM, Digital, Ekonomi, Strategi Marketing

### **Abstract**

*This community engagement project aims to introduce and promote the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) method to Muslim clothing store owners in Kota Padangsidempuan, with a specific focus on digital-based promotional strategies. Through this initiative, the intention is to empower store owners with the necessary knowledge and skills to develop effective promotional strategies in the digital era. The socialization of the QSPM method will be carried out through a series of workshops, training sessions, and interactive discussions. Participants will be introduced to the fundamental concepts of QSPM, including the steps involved in identifying strategic factors and selecting appropriate alternative strategies. Practical applications of QSPM within the context of Muslim clothing stores will also be provided. The anticipated outcome of this community engagement is to enhance the understanding of Muslim clothing store owners regarding the significance of digital-based promotional strategies and how QSPM can serve as a tool to formulate effective strategies. It is hoped that this understanding will enable them to elevate their online presence, harness the potential of social media and other digital platforms, and enhance their competitiveness within an increasingly competitive market. This community*

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

*engagement is expected to yield tangible benefits for Muslim clothing store owners in Kota Padangsidimpuan. By embracing QSPM and digital-based promotional strategies, they have the potential to amplify visibility, attract new customers, and expand their market reach. Furthermore, these activities can contribute to local economic growth by bolstering the competitiveness of the Muslim clothing industry in Kota Padangsidimpuan*

**Keywords** – QSPM, Digital, Economy, Marketing Strategy

## **PENDAHULUAN**

Pada masa sekarang, teknologi dan internet telah mengubah cara konsumen berinteraksi dengan produk dan merek (David, David dan David, 2009). Banyak konsumen yang beralih ke platform digital, seperti media sosial dan situs web, untuk mencari informasi, membandingkan produk, dan melakukan pembelian (Fretes *et al.*, 2013) Dalam konteks ini, penting bagi toko pakaian Muslim di Kota Padangsidimpuan untuk memahami dan memanfaatkan potensi promosi berbasis digital agar dapat mencapai target pasar dengan lebih efektif. Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) adalah suatu alat analisis strategis yang memungkinkan pengambilan keputusan berdasarkan data kuantitatif dan memprioritaskan strategi-strategi yang paling menjanjikan (Mujiastuti, Latifah dan Hendra, 2019) Dalam konteks promosi berbasis digital, QSPM dapat digunakan untuk mengidentifikasi peluang yang ada, mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal toko, serta mengidentifikasi strategi yang paling efektif untuk meningkatkan promosi dan mencapai tujuan bisnis. Melalui sosialisasi QSPM, toko pakaian Muslim di Kota Padangsidimpuan dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang langkah-langkah yang perlu diambil untuk meningkatkan promosi berbasis digital. Dengan menganalisis berbagai faktor internal dan eksternal, toko dapat mengidentifikasi peluang yang ada di lingkungan digital, memperkuat kekuatannya, dan mengatasi kelemahan yang mungkin ada (Putri, Astuti dan Putri, 2014) Sosialisasi QSPM juga dapat membantu toko dalam mengambil keputusan yang lebih strategis dan efisien dalam mengalokasikan sumber daya dan mengimplementasikan strategi-promosi yang optimal. Dalam konteks toko pakaian Muslim di Kota Padangsidimpuan, sosialisasi QSPM dapat menjadi titik awal untuk menggali potensi dan peluang promosi berbasis digital yang lebih efektif. Dengan memahami dan menerapkan metode ini, toko dapat memperluas jangkauan pasar, membangun kehadiran online yang kuat, meningkatkan penjualan, dan memperkuat posisi mereka di industri pakaian Muslim. Oleh karena itu, penting bagi toko pakaian Muslim di Kota Padangsidimpuan untuk memanfaatkan sosialisasi QSPM sebagai upaya untuk meningkatkan strategi promosi berbasis digital mereka dan mencapai keunggulan kompetitif di pasar yang semakin kompetitif.

## **METODE**

Dalam pelaksanaan sosialisasi Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) dalam strategi promosi berbasis digital pada toko pakaian Muslim di Kota Padangsidimpuan, berikut adalah beberapa metode yang dapat diterapkan:

1. Penyampaian Presentasi: Menyampaikan presentasi kepada pemilik toko, manajer, dan tim pemasaran yang menjelaskan konsep QSPM secara komprehensif. Presentasi ini dapat mencakup penjelasan tentang tujuan QSPM, langkah-langkah pengembangan QSPM, serta cara interpretasi dan penerapan hasil analisis QSPM dalam pengambilan keputusan promosi. Pastikan presentasi disajikan dengan jelas dan terstruktur untuk memastikan pemahaman yang baik oleh para peserta.
2. Demonstrasi Praktis: Melakukan demonstrasi praktis tentang penggunaan QSPM dengan menggunakan contoh kasus dari toko pakaian Muslim di Kota Padangsidimpuan. Melalui demonstrasi ini, para peserta dapat melihat secara langsung bagaimana QSPM diterapkan dalam analisis strategis untuk memilih dan memprioritaskan strategi-promosi berbasis digital yang optimal.

3. Studi Kasus: Membahas studi kasus yang relevan dengan toko pakaian Muslim di Kota Padangsidempuan yang telah menerapkan QSPM dalam strategi promosi berbasis digital. Melalui studi kasus ini, peserta dapat melihat bagaimana QSPM dapat memberikan keuntungan kompetitif dan meningkatkan hasil promosi dalam konteks yang nyata.
4. Diskusi Kelompok: Mengadakan diskusi kelompok yang melibatkan pemilik toko, manajer, dan tim pemasaran untuk membahas kemungkinan strategi-promosi berbasis digital menggunakan QSPM. Diskusi ini memungkinkan para peserta untuk berbagi ide, pengalaman, dan perspektif mereka dalam mengidentifikasi peluang, kekuatan, kelemahan, serta ancaman yang relevan dalam promosi berbasis digital.
5. Latihan Kasus: Memberikan latihan kasus kepada peserta untuk menerapkan QSPM dalam analisis promosi berbasis digital. Latihan kasus ini akan memungkinkan para peserta untuk mengumpulkan data yang relevan, mengidentifikasi faktor kritis, menilai prioritas strategi-promosi, dan membuat rekomendasi berdasarkan hasil QSPM yang dihasilkan.
6. Tanya Jawab dan Konsultasi: Memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengajukan pertanyaan, memberikan tanggapan, atau meminta konsultasi terkait dengan penerapan QSPM dalam strategi promosi berbasis digital. Dengan cara ini, peserta dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik dan mengatasi hambatan atau kesulitan yang mungkin timbul selama proses pelaksanaan.
7. Pelatihan Teknis: Memberikan pelatihan teknis kepada tim pemasaran mengenai penggunaan alat dan platform digital yang relevan untuk strategi promosi berbasis digital. Ini dapat mencakup pelatihan dalam penggunaan media sosial, pembuatan konten digital, pengoptimalan mesin pencari (SEO), analitik web, dan alat-alat lain yang dapat meningkatkan efektivitas promosi. Pelatihan ini akan membantu tim pemasaran dalam mengimplementasikan strategi-promosi dengan lebih baik dan memanfaatkan potensi penuh dari platform digital.
8. Monitoring dan Evaluasi: Mengimplementasikan sistem monitoring dan evaluasi untuk melacak dan mengevaluasi kinerja strategi-promosi berbasis digital yang telah dijalankan. Dengan menggunakan metrik dan indikator kinerja yang relevan, seperti peningkatan lalu lintas website, tingkat konversi, peningkatan jumlah pelanggan baru, atau peningkatan penjualan, dapat dilakukan pemantauan terhadap hasil promosi. Evaluasi ini akan membantu mengidentifikasi keberhasilan dan kekurangan dari strategi yang dijalankan serta mengambil tindakan perbaikan yang diperlukan.
9. Kolaborasi Tim: Mendorong kolaborasi dan komunikasi yang aktif antara anggota tim pemasaran, baik melalui pertemuan rutin, rapat proyek, atau platform kolaborasi online. Kolaborasi yang baik memungkinkan anggota tim untuk saling berbagi ide, pengalaman, dan pengetahuan, sehingga dapat menghasilkan strategi-promosi yang lebih kuat dan inovatif.
10. Pembelajaran Berkelanjutan: Mendorong pembelajaran berkelanjutan dalam bidang strategi promosi berbasis digital dengan menghadiri seminar, webinar, atau mengikuti kursus online yang relevan. Mengajak tim pemasaran untuk terus meningkatkan pengetahuan mereka tentang tren terkini dan perkembangan dalam bidang promosi digital akan membantu toko tetap berada di garis depan dan mengadaptasi strategi-promosi sesuai dengan perubahan yang terjadi.

Dengan menerapkan metode-metode ini dalam pelaksanaan sosialisasi QSPM, toko pakaian Muslim di Kota Padangsidempuan akan dapat mengoptimalkan strategi promosi berbasis digital mereka. Dengan pemahaman yang baik tentang QSPM dan penerapan yang efektif, toko dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kehadiran online, dan mencapai tujuan bisnis mereka dalam menghadapi persaingan di era digital yang terus berkembang.



**Gambar 1.**  
Alur Pelaksanaan Sosialisasi

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

Sosialisasi QSPM telah berhasil meningkatkan pemahaman dan kemampuan tim pemasaran toko dalam melakukan analisis strategis dan pengambilan keputusan yang terkait dengan promosi berbasis digital. Mereka kini memahami konsep QSPM dengan baik, termasuk langkah-langkah pengembangan dan interpretasi hasil analisis QSPM. Dengan penerapan QSPM, tim pemasaran dapat mengidentifikasi dan memprioritaskan strategi-promosi berbasis digital yang optimal. Mereka menggunakan QSPM sebagai alat untuk mengevaluasi dan membandingkan berbagai strategi-promosi, serta memilih langkah-langkah yang paling efektif berdasarkan prioritas yang ditentukan. Sosialisasi QSPM juga mendorong inovasi dalam strategi-promosi. Tim pemasaran dapat menghasilkan ide-ide strategis yang lebih kreatif dan inovatif, serta mengoptimalkan kekuatan internal dan mengatasi tantangan eksternal dengan lebih efektif. Hal ini memberikan kesempatan kepada toko untuk membedakan diri mereka dari pesaing dan mencapai hasil promosi yang lebih baik. Dengan penerapan QSPM dalam strategi-promosi berbasis digital, toko pakaian Muslim di Kota Padangsidempuan diharapkan dapat meningkatkan efektivitas promosi mereka. Melalui analisis yang terarah dan berbasis data, mereka dapat mengidentifikasi strategi-promosi yang paling efektif, mengalokasikan sumber daya dengan bijaksana, dan mencapai tujuan bisnis mereka dalam menghadapi persaingan di era digital yang terus berkembang. Selain itu, sosialisasi QSPM juga mendorong implementasi sistem monitoring dan evaluasi yang membantu toko untuk melacak dan mengevaluasi kinerja promosi berbasis digital mereka. Dengan menggunakan metrik dan indikator kinerja yang relevan, toko dapat mengidentifikasi area perbaikan, melakukan penyesuaian, dan terus meningkatkan strategi-promosi mereka berdasarkan hasil evaluasi yang diperoleh. Secara keseluruhan, hasil sosialisasi QSPM adalah peningkatan pemahaman, kemampuan analisis, dan efektivitas strategi-promosi berbasis digital toko pakaian Muslim di Kota Padangsidempuan. Hal ini membuka peluang untuk meningkatkan kehadiran online, memperluas jangkauan pasar, dan mencapai tujuan bisnis yang lebih optimal dalam menghadapi persaingan di era digital.

## PEMBAHASAN

Sosialisasi QSPM telah memberikan hasil yang signifikan bagi toko pakaian Muslim di Kota Padangsidempuan dalam mengembangkan strategi promosi berbasis digital yang lebih efektif. Melalui sosialisasi ini, pemilik toko, manajer, dan anggota tim pemasaran telah meningkatkan pemahaman mereka tentang QSPM sebagai alat analisis strategis. Pemahaman yang lebih baik tentang konsep QSPM memberikan manfaat berupa kemampuan analisis strategis yang lebih baik bagi tim pemasaran. Mereka dapat mengumpulkan dan menganalisis data dengan lebih terstruktur, mengevaluasi faktor internal dan eksternal secara lebih komprehensif, serta memahami cara QSPM dapat membantu dalam pengambilan keputusan strategis yang terinformasi. Hasil sosialisasi QSPM juga terlihat dari penerapan QSPM dalam pengambilan keputusan strategi-promosi berbasis digital. Tim pemasaran dapat menggunakan QSPM sebagai kerangka kerja untuk membandingkan dan mengevaluasi berbagai strategi-promosi yang ada. Dengan mempertimbangkan prioritas dan hasil analisis QSPM, mereka dapat memilih langkah-langkah yang paling efektif untuk mencapai tujuan bisnis. Inovasi strategi-promosi juga menjadi hasil yang diharapkan dari sosialisasi QSPM. Tim pemasaran didorong untuk berpikir secara kreatif dan inovatif dalam mengembangkan strategi-promosi berbasis digital. Dengan memanfaatkan QSPM, mereka dapat mengidentifikasi peluang baru, memaksimalkan kekuatan internal toko, serta mengatasi tantangan dan ancaman eksternal dengan lebih efektif. Dalam keseluruhan, hasil sosialisasi QSPM adalah peningkatan pemahaman, kemampuan analisis, dan efektivitas strategi-promosi berbasis digital bagi toko pakaian Muslim di Kota Padangsidempuan. Melalui penerapan QSPM, toko dapat meningkatkan kehadiran online, memperluas jangkauan pasar, dan mencapai tujuan bisnis yang lebih optimal dalam era persaingan digital yang terus berkembang. Selain itu, implementasi sistem monitoring dan evaluasi kinerja promosi berbasis digital menjadi langkah penting setelah sosialisasi QSPM. Dengan menggunakan metrik dan indikator kinerja yang relevan, toko dapat melacak dan mengevaluasi hasil promosi yang telah dijalankan. Evaluasi ini membantu mengidentifikasi keberhasilan dan kekurangan dari strategi-promosi yang dilakukan, sehingga toko dapat melakukan penyesuaian dan perbaikan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang lebih baik.



**Gambar 2.**

Foto Dokumentasi Pelaksanaan Sosialisasi

## KESIMPULAN

Sosialisasi Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) dalam strategi promosi berbasis digital pada toko pakaian Muslim di Kota Padangsidempuan memiliki dampak yang positif dan signifikan. Berikut adalah beberapa kesimpulan utama yang dapat diambil *Pertama*, Sosialisasi QSPM meningkatkan pemahaman tentang konsep QSPM dan kemampuan analisis strategis tim pemasaran. Tim menjadi lebih terampil dalam mengumpulkan dan menganalisis data, mengevaluasi faktor internal dan eksternal, serta menggunakan QSPM sebagai alat untuk pengambilan keputusan strategis yang terinformasi. *Kedua*, Penerapan QSPM dalam pengambilan keputusan strategi-promosi berbasis digital membantu toko untuk memilih langkah-langkah yang paling efektif dan sesuai dengan prioritas bisnis. Ini memungkinkan mereka untuk mengoptimalkan sumber daya yang tersedia dan mencapai hasil promosi yang lebih baik. *Ketiga*, Sosialisasi QSPM mendorong inovasi dalam strategi-promosi berbasis digital. Tim pemasaran dapat menghasilkan ide-ide kreatif dan inovatif, serta mengatasi tantangan dan ancaman eksternal dengan lebih efektif. Ini membantu toko untuk membedakan diri dari pesaing dan mencapai hasil promosi yang lebih baik. *Keempat*, Efektivitas promosi berbasis digital dapat ditingkatkan melalui penerapan QSPM. Dengan memanfaatkan QSPM, toko pakaian Muslim dapat meningkatkan kehadiran online, memperluas jangkauan pasar, dan mencapai tujuan bisnis dalam era persaingan digital yang terus berkembang. *Kelima*, Implementasi sistem monitoring dan evaluasi kinerja promosi berbasis digital menjadi langkah penting setelah sosialisasi QSPM. Melalui pemantauan dan evaluasi yang teratur, toko dapat mengidentifikasi keberhasilan dan kekurangan strategi-promosi yang dilakukan, serta melakukan penyesuaian dan perbaikan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang lebih baik.

Dalam keseluruhan, sosialisasi QSPM memberikan manfaat yang signifikan bagi toko pakaian Muslim di Kota Padangsidempuan dalam mengembangkan strategi-promosi berbasis digital yang efektif. Dengan peningkatan pemahaman, kemampuan analisis, dan penerapan QSPM, toko dapat memperoleh keunggulan kompetitif dan mencapai tujuan bisnis mereka dalam era digital yang terus berkembang.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam sosialisasi Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) dalam strategi promosi berbasis digital pada toko pakaian Muslim di Kota Padangsidempuan. Ucapan terimakasih ini juga khusus kami sampaikan kepada dosen-dosen yang telah memberikan bimbingan dan dukungan selama proses ini. Terima kasih kepada seluruh tim pemasaran toko pakaian Muslim yang telah berpartisipasi dengan antusias dalam sosialisasi ini. Kerjasama dan dedikasi kalian dalam memahami konsep QSPM dan menerapkannya dalam pengambilan keputusan strategis promosi berbasis digital sangatlah berarti. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada dosen-dosen yang telah membagikan pengetahuan dan pengalaman mereka. Dukungan dan arahan dari para dosen sangatlah berharga dalam membantu tim pemasaran untuk memahami dan mengimplementasikan QSPM dengan baik. Terima kasih juga kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan fasilitas selama sosialisasi berlangsung. Tanpa bantuan kalian, sosialisasi ini tidak akan berhasil seperti yang telah tercapai. Kami berharap bahwa informasi yang telah diberikan selama sosialisasi dapat bermanfaat bagi toko pakaian Muslim di Kota Padangsidempuan dan membantu mereka dalam mengembangkan strategi-promosi berbasis digital yang lebih efektif. Sekali lagi, terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat dalam sosialisasi ini. Semoga kerjasama kita berlanjut dan memberikan hasil yang positif dalam pengembangan toko pakaian Muslim di era digital yang terus berkembang.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- David, M. E., David, Forest R dan David, Fred R (2009) "the Quantitative Strategic Planning Matrix (Qspm) Applied To a Retail Computer Store," *The Coastal Business Journal*, 8(1), hal. 42–52.
- Fretes, R. A. De *et al.* (2013) "Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Industri Pariwisata Dengan Menggunakan Metode Swot Dan Qspm (Studi Kasus Kecamatan Leitimur Selatan Kota Ambon)," *Jurnal Rekayasa Mesin*, 4(2), hal. 109–118.
- Mujiastuti, R., Latifah, R. dan Hendra, H. (2019) "Penentuan Jenis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Pada UMKM Fashion di Kelurahan Penggilingan Berbasis Teknologi," *Jurnal Ilmiah FIFO*, 11(1), hal. 52. doi: 10.22441/fifo.2019.v10i1.006.
- Putri, N. E., Astuti, R. dan Putri, S. A. (2014) "Perencanaan Strategi Pengembangan Restoran Menggunakan Analisis Swot Dan Metode Qspm," *Jurnal Industria*, 3(2).