

ABSTRACT

Nurul Anisa, 2023 : *Marketing Strategy Analysis Using SWOT Method and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) (Study of Hayen's Snack Business Mrs. Yanti Air Raja Village, East Tanjungpinang District, Tanjungpinang City).*

Lecturer: Abdul Jalal, SE., M.Si dan Rizki Yuli Sari, SE., M.Si., Ak

The Purpose of this study was to determine the internal and external factors that influence the marketing strategy at Mrs. Yanti's Hayen Snack Business, to know the marketing strategy using the SWOT method and to find out the right marketing strategy to increase sales volume at Mrs. Yanti's Hayen Snack Business. This research uses a qualitative descriptive research type. Information collection was carried out using observation, interview, documentation, and triangulation methods. Data analysis in this study used the IFE, EFE, SWOT matrix and QSPM matrix methods. Based on the IFE Matrix analysis, the main strength is the quality of the product offered according to standards, while the main weakness is the unattractive packaging design. The based on the EFE Matrix analysis, the main opportunity that is owned is product quality that is recognized by consumers, while the main threat that can harm the company is the rising price of raw materials and fuel. The results of the IE Matrix are in cell V which is called the maintain and maintain strategy, the most widely used strategy in cell V is the strategy of market penetration and product development. The SWOT matrix produces 8 alternative strategies that can be chosen by Mrs. Yanti's Hayen Snack Business. Based on the QSPM matrix, the most proposed and prioritized alternative strategy is to create new designs and flavors in increasing the market price strategy to face competition with a Tas score of 5,12.

Keywords : *Marketing Strategy, IFE EFE Matrix, SWOT Analysis, QSPM Matrix.*

ABSTRAK

Nurul Anisa, 2023 : Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) (Studi Usaha *Snack* Hayen Ibu Yanti Kelurahan Air Raja, Kecamatan Tanjungpinang Timur, Kota Tanjungpinang).

Dosen Pembimbing: Abdul Jalal, SE., M.Si dan Rizki Yuli Sari, SE., M.Si., Ak

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran di Usaha *Snack* Hayen Ibu Yanti, mengetahui strategi pemasaran dengan menggunakan metode SWOT serta mengetahui strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan volume penjualan pada Usaha *Snack* Hayen Ibu Yanti. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan informasi dilakukan dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode matriks IFE, EFE, SWOT dan matriks QSPM. Berdasarkan analisis *Matrix* IFE kekuatan utama yang dimiliki adalah produk yang ditawarkan berkualitas sesuai dengan standar, sedangkan untuk kelemahan utama yang dimiliki adalah desain kemasan kurang menarik. Kemudian berdasarkan analisis *Matrix* EFE Peluang utama yang dimiliki adalah kualitas produk yang diakui konsumen, sedangkan untuk ancaman utama yang dapat membahayakan perusahaan adalah naiknya harga bahan baku dan BBM. Hasil *Matrix* IE berada pada sel V yang disebut strategi pertahankan dan pelihara, strategi yang paling banyak digunakan pada sel V yaitu strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk. Matriks SWOT menghasilkan 8 alternatif strategi yang dapat dipilih oleh Usaha *Snack* Hayen Ibu Yanti. Berdasarkan matriks QSPM alternatif strategi yang paling diusulkan dan diprioritaskan adalah menciptakan desain serta cita rasa baru dalam meningkatkan strategi harga pasar untuk menghadapi persaingan dengan skor TAS sebesar 5,12.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran, Matrix IFE EFE, Analisis SWOT, Matrix QSPM*