

## ABSTRACT

*The change in the business environment becomes one of those circumstances that is difficult to foresee, predict and ascertain in the future. Currently, business development in Indonesia is increasing due to business complexity, competition, change and uncertainty. This situation causes intense competition between entrepreneurs, both because of the increasing competition and the rapid development of technology which also affects business. Competition in the culinary business is one of the fields that is increasingly in demand and makes competition in the culinary business increasing. Donat Ratu MSMEs are MSMEs that were established in 2019 in Kalisat District and are one of the businesses that use social media as a place to market their products. Marketing carried out online is one of the right ways for businesses carried out in this digital era, such as the results of Santy Permata Sari's research (2020), conducting research on Strategies to Increase Sales in the Digital Era, which shows that in fact consumers have become accustomed to buying online. The application of SWOT analysis is also one of the right strategies in order to face competition and increase competitiveness for Donat Ratu MSMEs, as the results of research from Anggraeni, P., Sunarti, S., & Mawardi, M. K. (2017) show that with SWOT analysis can be known the company's position so that it can determine strategies to increase company competitiveness. This research was made to solve the problems that exist in Donat Ratu MSMEs, namely alternative marketing strategies to increase competitiveness in the digital era with SWOT analysis. This study used descriptive qualitative research method. The data and information collection methods used in this study were obtained directly through interviews and observations, as well as indirectly through literature studies. The results of this study based on the SWOT Diagram and Internal-External Matrix show that Donat Ratu MSMEs are in a Hold and Maintain position. With the results of the SWOT Diagram and IE Matrix (Internal-External) analysis, the position of Donat Ratu MSMEs is in a favorable position so that the suitable strategy to use is an intensive-aggressive strategy.*

*Keywords: Digital Era, IE Matrix, Marketing Strategy, SWOT Analysis, SWOT Matrix*

## ABSTRAK

Perubahan lingkungan bisnis menjadi salah satu keadaan yang sulit untuk diramalkan, diperkirakan dan dipastikan di masa mendatang. Saat ini, perkembangan bisnis di Indonesia semakin meningkat akan kompleksitas, persaingan, perubahan dan ketidakpastian bisnis. Keadaan ini menimbulkan persaingan yang ketat antar pengusaha, baik karena persaingan yang semakin meningkat dan pesatnya perkembangan teknologi yang juga berpengaruh pada bisnis. Persaingan dalam bisnis kuliner adalah salah satu bidang yang semakin banyak peminat dan membuat persaingan pada bisnis kuliner semakin meningkat. UMKM Donat Ratu adalah UMKM yang berdiri pada 2019 di Kecamatan Kalisat dan merupakan salah satu usaha yang menggunakan media sosial sebagai tempat pemasaran produknya. Pemasaran yang dilakukan secara daring merupakan salah satu cara sangat tepat untuk usaha yang dilakukan di era digital ini, seperti hasil dari penelitian Santy Permata Sari (2020), melakukan penelitian tentang Strategi Meningkatkan Penjualan di Era Digital, yang menunjukkan bahwa faktanya konsumen telah terbiasa dengan pembelian secara online. Penerapan analisis SWOT juga salah satu strategi yang tepat agar dapat menghadapi persaingan serta meningkatkan daya saing untuk UMKM Donat Ratu, seperti hasil penelitian dari Anggraeni, P., Sunarti, S., & Mawardi, M. K. (2017) menunjukkan bahwa dengan analisis SWOT dapat diketahui posisi perusahaan sehingga dapat menentukan strategi untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Penelitian ini dibuat untuk memecahkan masalah yang ada pada UMKM Donat Ratu, yaitu strategi alternatif pemasaran untuk meningkatkan daya saing pada era digital dengan analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data dan informasi yang digunakan dalam penelitian ini didapatkan secara langsung melalui wawancara dan observasi, serta secara tidak langsung melalui studi pustaka. Hasil penelitian ini berdasarkan Diagram SWOT dan Matriks Internal-Eksternal menunjukkan bahwa UMKM Donat Ratu berada pada posisi Menjaga dan Bertahan (*Hold and Maintain*). Dengan hasil analisis Diagram SWOT dan Matriks IE (Internal-Eksternal), posisi UMKM Donat Ratu berada pada posisi yang menguntungkan sehingga strategi yang cocok digunakan adalah strategi intensif-agresif.

Kata kunci: Analisis SWOT, Era Digital, Matriks IE, Matriks SWOT, Strategi Pemasaran.