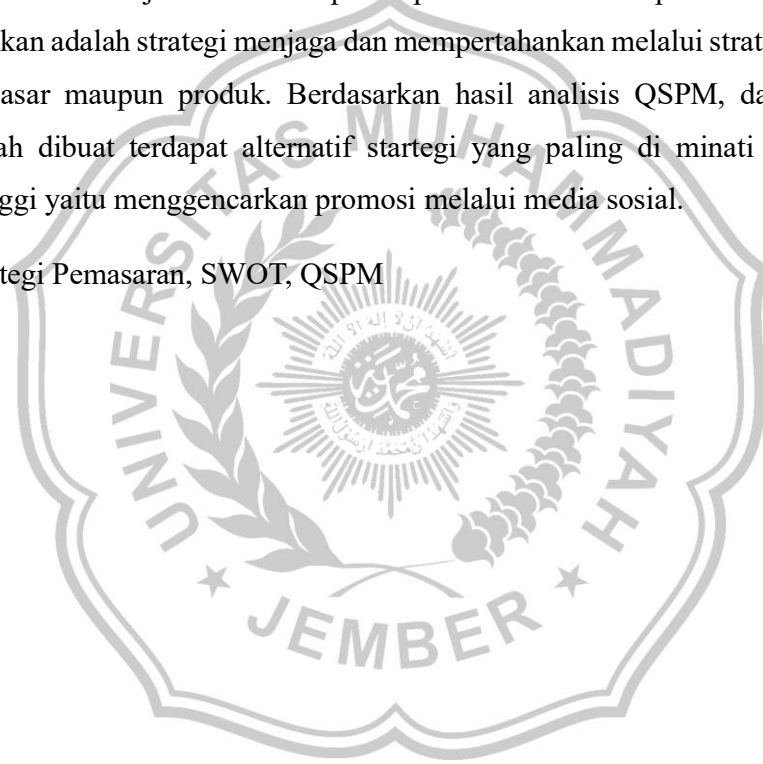


ABSTRAK

Manajemen pengelolaan yang baik harus memiliki sebuah strategi untuk meningkatkan daya saing terutama pada segi pemasaran. Strategi pemasaran adalah seperangkat tujuan dan sasaran kebijakan, serta seperangkat aturan yang memandu pemasaran, salah satunya yaitu Said's Roti. Agar usaha Said's Roti dapat bertahan dan bersaing, maka dibutuhkan strategi. Strategi yang dirumuskan dengan mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal dari Said's Roti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang digunakan untuk merumuskan strategi alternatif yang tepat untuk Said's Roti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, matriks SWOT, dan Matriks QSPM. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa posisi perusahaan berada pada sel V dimana strategi yang tepat digunakan adalah strategi menjaga dan mempertahankan melalui strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar maupun produk. Berdasarkan hasil analisis QSPM, dari enam alternatif strategi yang telah dibuat terdapat alternatif strategi yang paling di minati atau prioritas dan memiliki nilai tinggi yaitu mengencarkan promosi melalui media sosial.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, SWOT, QSPM



ABSTRACT

Good management management must have a strategy to increase competitiveness, especially in terms of marketing. A marketing strategy is a set of policy goals and objectives, as well as a set of rules that guide marketing, one of which is Said's Roti. In order for Said's Roti's business to survive and compete, a strategy is needed. The strategy is formulated by identifying the internal and external environment of Said's Roti. The purpose of this study is to identify internal and external factors used to formulate appropriate alternative strategies for Said's Roti. The methods used in this research are IFE matrix, EFE matrix, IE matrix, SWOT matrix, and QSPM Matrix. The results of the SWOT analysis show that the company's position is in cell V where the right strategy to use is a strategy of maintaining and maintaining through market penetration strategies, market and product development. Based on the results of the QSPM analysis, of the six alternative strategies that have been made, there are alternative strategies that are most interested or prioritized and have a high value, namely intensifying promotions through social media.

Keywords: Marketing Strategy, SWOT, QSPM

