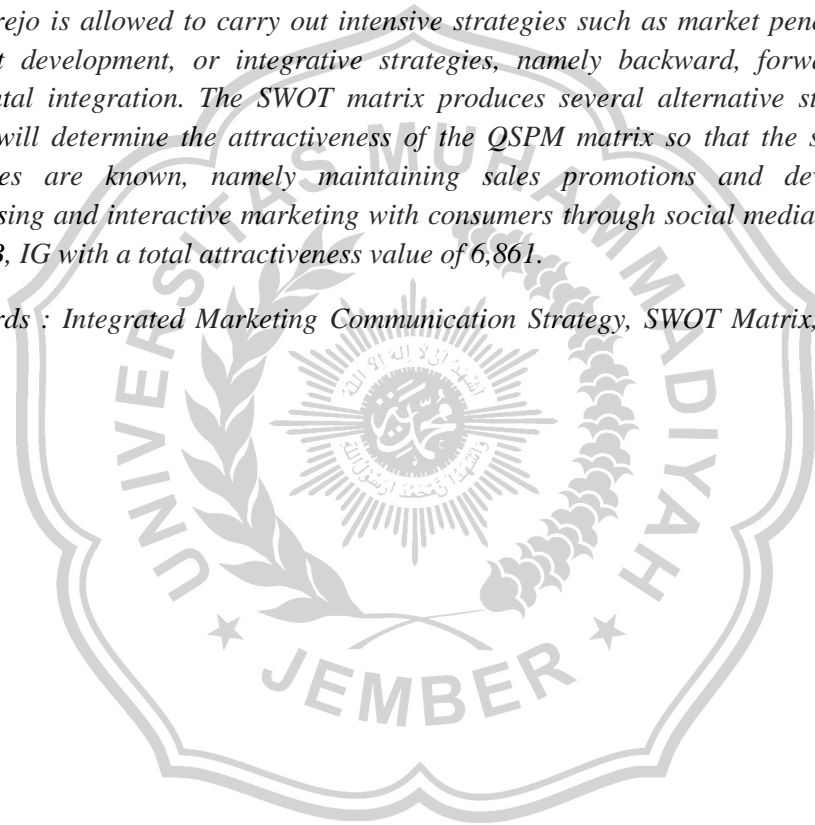


## **ABSTRACK**

*This study aims to formulating an integrated marketing communication strategy that can be applied in Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Sido Makmur Sidodadi, Tempurejo. This research uses SWOT matrix and QSPM Matrix. The results showed that the analysis of the IFE matrix has a total score of 3.284. The total score of the key external factors on the EFE Matrix is 2.997. In the IE (Internal External) Matrix, BUMDes Toserba Sido Makmur Sidodadi is located in quadrant IV in the developing and building stage. In this position, BUMDes Toserba Sido Makmur Sidodadi, Tempurejo is allowed to carry out intensive strategies such as market penetration, product development, or integrative strategies, namely backward, forward and horizontal integration. The SWOT matrix produces several alternative strategies which will determine the attractiveness of the QSPM matrix so that the strategic priorities are known, namely maintaining sales promotions and developing advertising and interactive marketing with consumers through social media such as WA, FB, IG with a total attractiveness value of 6,861.*

*Keywords : Integrated Marketing Communication Strategy, SWOT Matrix, QSPM Matrix*



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi komunikasi pemasaran terpadu yang dapat di terapkan oleh Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Sido Makmur Sidodadi, Tempurejo. Analisis data yang digunakan adalah Matriks SWOT dan Matriks QSPM. Hasil penelitian menunjukkan analisis dari matriks IFE memiliki total nilai skor sebesar 3,284. Total nilai skor faktor eksternal kunci pada Matriks EFE adalah sebesar 2,997. Pada Matriks IE (Internal Eksternal) Bumdes Toserba Sido Makmur Sidodadi terletak pada posisi kuadran IV berada pada tahap berkembang dan membangun. Pada posisi ini, Bumdes Toserba Sido Makmur Sidodadi, Tempurejo dimungkinkan melakukan strategi intensif seperti penetrasi pasar, pengembangan produk, atau strategi integratif yakni integrasi ke belakang, ke depan dan horizontal. Matriks SWOT menghasilkan beberapa alternatif strategi yang nantinya akan ditentukan daya tariknya pada matriks QSPM sehingga diketahui prioritas strategi yaitu melakukan mempertahankan promosi penjualan serta megembangkan *advertising*/iklan dan *interaktif marketing* dengan konsumen melalui media sosial seperti WA, FB, IG dengan total nilai daya tarik 6,861.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu, Matriks SWOT, Matriks QSPM.