

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada UMKM makanan ringan AH Aqshal *Snack*, untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman AH Aqshal *Snack* serta untuk mengetahui strategi pemasaran yang baik untuk di terapkan oleh perusahaan. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, jenis penelitiannya yaitu studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, kuesioner, serta dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data berupa analisis deskriptif.

Berdasarkan hasil penelitian matriks IFE menghasilkan nilai 2,78 dan EFE 3,33 dimana AH Aqshal *Snack* dalam matriks IE berada pada sel II (*grow and build*) dan strategi yang cocok pada posisi ini yaitu strategi intensif. Analisis SWOT AH Aqshal *Snack* menghasilkan tujuh belas alternatif strategi yang berkaitan dengan perusahaan dalam Matriks IE yang telah diurutkan berdasarkan prioritas yang telah dihitung dalam Matriks QSPM (*Quantitative Strategi Planing Matrix*).

Kesimpulannya yaitu terdapat tujuh belas alternatif strategi yang berkaitan dengan perusahaan dan telah diurutkan berdasarkan prioritas yang telah dihitung dalam matriks QSPM, berikut alternatif strategi: memperluas jaringan pemasaran, meningkatkan promosi via digital, menambah media pemasaran, melakukan penjualan pada *e-commerce*, mengikuti perkembangan teknologi, menambah jalinan kerjasama dengan agen distribusi, mempertahankan kualitas dan pelayanan produk untuk menarik konsumen, melakukan inovasi produk, meminimalisir biaya variabel, meningkatkan *brand awareness*, penyesuaian harga atau penurunan harga produk, meningkatkan kualitas SDM, *barriers to entry* atau membatasi masuknya produk kompetitor ke pasar, memahami gerakan pesaing untuk menjadi acuan *trend* pasar saat ini, melakukan evaluasi karyawan minimal 1 bulan sekali dan ketahui harga pasar untuk disesuaikan dan dibutuhkan pelanggan.

Kata kunci : Strategi pemasaran, kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, analisis SWOT dan QSPM

ABSTRACT

This research was conducted on AH Aqshal Snack, to determine the strengths, weaknesses, opportunities and threats of AH Aqshal Snack and to find out good market strategies to be implemented by the company. This research uses qualitative research with the type of case study research. The data collection technique is done by means of observation, interviews, questionnaires, and documentation. The data analysis technique used is descriptive analysis.

Based on the results of the IFE matrix research results in a value of 2.78 and EFE of 3.33 where AH Aqshal Snack in the IE matrix is in cell II (grow and build) and the strategy that fits in this position is the intensive strategy. AH Aqshal Snack SWOT analysis produces seventeen alternative strategies related to the company in the IE Matrix which have been sorted based on the priorities that have been calculated in the QSPM Matrix (Quantitative Strategy Planning Matrix).

The conclusion is that there are seventeen alternative strategies related to the company and have been sorted based on the priorities that have been calculated in the QSPM matrix, the following are alternative strategies: expanding the marketing network, increasing promotion via digital, adding marketing media, making sales on e-commerce, following technological developments, increase cooperation with distribution agents, maintain product quality and service to attract consumers, innovate products, minimize variable costs, increase brand awareness, adjust prices or decrease product prices, improve human resource quality, barriers to entry or limit the entry of competitors products to the market, understand the movements of competitors to become a reference for current market trends, conduct employee evaluations at least once a month and know market prices to be adjusted and needed by customers.

Keywords: *Marketing strategy, strengths, weaknesses, opportunities, threats, IFE matrix, EFE matrix, IE matrix, SWOT analysis and QSPM.*