

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh Martabak Acil Gama di Cikutra Bandung dan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT dan QSPM. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, metode deskriptif, dengan menggunakan teknik analisis Matrik SWOT, dan Matrik QSPM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Martabak Acil Gama di Cikutra Bandung menggunakan metode secara online dan offline. kekuatan utama perusahaan adalah memiliki rasa yang lezat dan berkualitas, melayani pemesanan dan penjualan online dan offline. Sedangkan kelemahannya adalah minimnya kegiatan promosi. Untuk peluang yaitu pada lokasi yang berada pada posisi strategis. Sedangkan ancaman terbesar yaitu adanya fluktuasi harga dan kelangkaan bahan baku. Hasil analisis matrik IE yang didapatkan dari total skor Matrik IFE sebesar 3,031 dan Matrik EFE sebesar 2,757.

Simpulan dari hasil analisis tersebut dapat dilihat bahwa Martabak Acil Gama berada sel IV pada Matrik IE. Hasil analisis berdasarkan Matrik QSPM yaitu meningkatkan kegiatan promosi disosial media dengan skor TAS tertinggi yakni sebesar 6,06. .Saran Hasil penelitian ini dapat dikembangkan oleh peneliti berikutnya untuk menganalisa suatu strategi pemasaran dengan menggunakan SWOT dan QSPM

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, SWOT, QSPM

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out the marketing strategy carried out by Martabak Acil Gama in Cikutra Bandung and to find out the marketing strategy carried out using SWOT and QSPM analysis. This research uses a qualitative approach, descriptive method, using SWOT Matrix and QSPM Matrix analysis techniques.

The results showed that the marketing strategy carried out by Martabak Acil Gama in Cikutra Bandung used online and offline methods. The company's main strength is having a delicious taste and quality, serving online and offline orders and sales. While the weakness is the lack of promotional activities. For opportunities, namely at locations that are in strategic positions. While the biggest threats are price fluctuations and scarcity of raw materials. The results of the IE matrix analysis obtained from the total score of the IFE Matrix are 3.031 and the EFE Matrix are 2.757.

The conclusion from the results of this analysis can be seen that Martabak Acil Gama is in cell IV in the IE Matrix. The results of the analysis are based on the QSPM Matrix, namely increasing promotional activities on social media with the highest TAS score of 6.06. .Suggestions: The results of this research can be developed by future researchers to analyze a marketing strategy using SWOT and QSPM.

Keywords : Marketing Strategy, SWOT, QSPM