

Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT Analysis dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) (Studi Kasus Pada Milamila Patisserie di Kota Medan, Sumatera Utara).

Oleh:

Ivan Paskal

1601010018

ABSTRAK

Salah satu peran strategi pemasaran diterapkan pada dunia bisnis kuliner. Penelitian ini bertujuan meneliti strategi pemasaran yang tepat bagi MilaMila Patisserie untuk memasarkan produknya guna memenangkan persaingan pasar yang selalu berkembang. Metode pengumpulan data dilakukan dengan metode triangulasi serta studi kepustakaan. Sumber data primer adalah penjualan produk MilaMila Patisserie dan data sekunder. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode matriks IFAS dan EFAS, SWOT, IE, dan analisis QSPM. Berdasarkan hasil analisis SWOT dan IE, skor total perhitungan internal yaitu 3,55 dan perhitungan eksternal yaitu 3,59. Strategi yang cocok bagi MilaMila Patisserie adalah penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Dari analisis QSPM, mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang baik untuk mempertahankan loyalitas pelanggan menjadi strategi utama dengan skor 5,42. Strategi pendukung yaitu memanfaatkan hubungan yang baik dengan pelanggan yang loyal untuk membantu promosi produk yang belum maksimal dengan skor 4,37.

Kata Kunci: IFAS, EFAS, SWOT, IE, dan QSPM

***Marketing Strategy Analysis with SWOT Analysis and
Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) (Study Case at
Milamila Patisserie in Medan, North Sumatra)***

By:

Ivan Paskal

1601010018

ABSTRACT

One example of the marketing strategy is applied to culinary businesses. This study aims to examine the right marketing strategy for MilaMila Patisserie to win the growing market competition. The data collection method are triangulation method and literature study. Primary data sources are sales of MilaMila Patisserie products and secondary data. Data analysis are IFAS, EFAS, SWOT, IE, and QSPM analysis. Based on the results of SWOT and IE analysis, total score for internal is 3.55 and external is 3.59. Suitable strategies for MilaMila Patisserie are market penetration, market development, and product development. On QSPM analysis, maintaining and improving product quality and good service to maintain customer loyalty becomes main strategy with the score of 5.42. The supporting strategy is to take advantage of good relationships with loyal customers to help promote products that have not been maximized with the score of 4.37.

Keywords: IFAS, EFAS, SWOT, IE, and QSPM