

PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN PADA ARJUNA BAKERY DENGAN PENERAPAN METODE SWOT, CPM, DAN QSPM

Nama : Alfarie Sambe
NIM : 12201005
Dosen Pembimbing Utama : Muhamad Imron Zamzani, S.T., M.T
Dosen Pembimbing Pendamping : Ir. Christoper Davito Prabandewa Heritadi, S.Si., M.T

ABSTRAK

Penurunan penjualan yang terjadi disebabkan oleh munculnya pesaing dari usaha sejenis, kurangnya inovasi produk, pemesanan yang sulit dilakukan secara *online*, serta pemasaran yang diterapkan kurang memanfaatkan promosi melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk membangun strategi pemasaran berdasarkan analisis dari pesaing usaha sejenis menggunakan *Competitive Profile Matrix* (CPM), analisis pemasaran menggunakan *Strength, Weakness, Opportunity, Threat* (SWOT), dan melakukan penentuan strategi pemasaran optimal menggunakan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Pengumpulan data pada penelitian ini berdasarkan pada observasi langsung dan penyebaran kuesioner dengan total 50 responden. Terdapat 7 variabel yang digunakan dalam penelitian tugas akhir ini yaitu *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*. Adapun hasil dari penelitian menunjukkan keunggulan pada kualitas produk dan harga produk serta kelemahan pada distribusi, promosi, lokasi strategis dan kualitas pelayanan Arjuna Bakery dari kompetitor. Posisi Arjuna Bakery berada pada kuadran V berarti *hold and maintain strategy* (menjaga dan mempertahankan) sehingga didapatkan 3 strategi pemasaran optimal dari 6 strategi pemasaran yang ada yaitu : memperluas jaringan distribusi (5.425), meningkatkan kualitas pelayanan konsumen (5.310), dan mengoptimalkan fasilitas toko (5.230).

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, SWOT, CPM, QSPM