

ABSTRAK

Rizky Dynanda Nurcahyanto, Nomor Induk Mahasiswa 152190052, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul Penelitian Strategi Pemasaran Sempe Arumanis Merek Ariana Menggunakan Matriks SWOT dan Business Model Canvas (BMC). Pembimbing Ibu Saaptika Kancana sebagai pembimbing I.

Sektor industri makanan dan minuman di Yogyakarta beberapa tahun terakhir tercatat mengalami perkembangan yang pesat. Perkembangan industri tersebut mengakibatkan persaingan yang ketat diantara pelaku usaha. Salah satu perusahaan yang berjuang dalam persaingan tersebut adalah Sempe Arumanis Ariana. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui formulasi strategi pemasaran yang sesuai untuk Sempe Arumanis Ariana dengan menggunakan matriks SWOT serta menyusun Business Model Canvas yang baru dari perusahaan Sempe Arumanis Ariana.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian *eksploratory sequential mixed methods*. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan kuesioner. Jumlah informan penelitian ini sebanyak 8 (delapan) orang informan. Objek pada penelitian ini adalah Sempe Arumanis Ariana. Teknik analisis menggunakan teknik formulasi strategi, dimana pada tahap input digunakan matriks EFE dan IFE, tahap pencocokan menggunakan matriks SWOT dan tahap terakhir pembuatan *Business Model Canvas* perusahaan yang baru.

Hasil dari penelitian ini berdasarkan perhitungan matriks EFE dan IFE menunjukkan posisi perusahaan pada kuadran SWOT berada di kuadran 1 (satu) yang mengindikasikan strategi dalam tindakan yang perlu diambil oleh perusahaan adalah strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk). Matriks SWOT menghasilkan 9 (sembilan) rekomendasi strategi yang terdiri dari 4 strategi (SO), 2 strategi (WO), 1 strategi (ST), dan 2 strategi (WT). Berdasarkan rekomendasi tersebut dihasilkan *Business Model Canvas* baru yang meliputi 7 blok pengembangan yaitu *Customer Segment, Value Propositions, Channels, Customer Relationships, Key Resources, Key Activities, dan Key Partnerships*.

Kata Kunci : Manajemen Strategi, Strategi Pemasaran, Matriks SWOT, *Business Model Canvas*.