

ABSTRAKSI

Adinda Vanessa Divalent, Nomor Mahasiswa 152200078, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul Penelitian Penggunaan Model Analisis SWOT dan QSPM dalam Membangun Strategi Pemasaran untuk *Startup* (Studi Pada Perusahaan *Startup* Educourse.id PT. Maleo Edukasi Teknologi). Dosen Pembimbing Humam Santosa Utomo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui posisi kuadran pada Educourse.id sebelum dilakukannya perumusan strategi alternatif, untuk menganalisis dan merumuskan strategi alternatif yang tepat bagi Educourse.id, untuk mengetahui urutan prioritas strategi alternatif bagi Educourse.id, dan untuk mengetahui strategi pemasaran yang relevan terhadap strategi alternatif di Educourse.id. Metode penelitian ini menggunakan *mix method*. Sumber data yang digunakan adalah data primer yaitu dengan melakukan wawancara yang terdiri dari 6 (enam) informan dan data sekunder yang diperoleh dari penelitian terdahulu. Teknik analisis data menggunakan perumusan strategi menurut David (2016) yang diformulasikan menjadi 3 (tiga) tahapan analisis data meliputi Tahap Input menggunakan matriks IFE dan matriks EFE, Tahap Pencocokan menggunakan matriks SWOT, dan Tahap Keputusan menggunakan matriks QSPM.

Hasil analisis matriks SWOT menunjukkan bahwa Educourse.id berada di kuadran I yang mendukung strategi agresif, sehingga pada posisi tersebut strategi yang cocok digunakan Educourse.id yaitu SO (*Strength-Opportunity*). Prioritas strategi yang dihasilkan Educourse.id adalah mengembangkan program baru yang kreatif dan inovatif dengan menggunakan teknologi terkini untuk memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat dengan TAS 5,656.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memberikan saran kepada pihak Educourse.id yaitu dengan memaksimalkan pengembangan program baru yang kreatif dan inovatif dengan menggunakan teknologi terkini untuk memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat. Adapun agar strategi alternatif dapat berjalan, maka peneliti menyarankan untuk menerapkan strategi alternatif yang mengacu pada bauran pemasaran 7P.

Kata Kunci: Manajemen Strategi, Matriks IFE, Matriks EFE, SWOT, QSPM