

ABSTRAKSI

Nur Halisa Puspa Oktafani, Nomor Mahasiswa 152200106, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul **Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan *Competitive Advantage* (Studi Kasus Pada UMKM Kencana Konveksi di Yogyakarta)**. Dosen Pembimbing Keny Rahmawati, S.AB., M.A.B.

Penelitian pada Kencana Konveksi bertujuan untuk mengetahui posisi Kencana Konveksi menggunakan kuadran SWOT dan untuk mengetahui formulasi bauran pemasaran yang tepat dalam meningkatkan *competitive advantage* pada Kencana Konveksi menggunakan matriks QSPM untuk menentukan alternatif strategi prioritasnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode campuran sekuensial eksploratori (*exploratory sequential mixed methods*).

Hasil yang diperoleh berdasarkan analisis diagram SWOT Kencana Konveksi berada pada kuadran IV (strategi defensif) , berdasarkan hal tersebut strategi yang cocok menurut hasil dari matriks SWOT menggunakan strategi *weakness-threat* (W-T) yang menghasilkan 2 alternatif strategi. Setelah itu dilakukan penghitungan matriks QSPM dengan nilai TAS 6,756 menjadi alternatif strategi prioritasnya yaitu meningkatkan proses produksi, manajemen, dan pengembangan produk.

Saran untuk pengimplikasian strategi ini dengan melakukan riset perkembangan tren inovasi produk , menganalisis biaya operasional perusahaan, memperluas jaringan distribusi produk seperti bekerjasama dengan distro atau instansi tertentu, mengoptimalkan penggunaan media sosial dan memberi penawaran khusus kepada target pasar tertentu, membentuk dan memperbaiki lagi manajemen perusahaan agar operasional Kencana Konveksi dapat sejalan dengan visi dan misi dari perusahaan, mengoptimalkan proses produksi Kencana Konveksi, Kencana konveksi dapat mencoba memperbarui kemasan produk dengan memikirkan estetika dan fungsi sehingga terlihat lebih eksklusif serta menarik pelanggan. Saran tersebut dapat disesuaikan lagi dengan kondisi eksternal dan internal pada perusahaan.

Kata Kunci : Strategi Bauran Pemasaran, IFE, EFE, Matriks SWOT, dan Matriks QSPM