

ABSTRAKSI

Irma Syafira, Nomor Induk Mahasiswa 152210035, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul Strategi Bauran Pemasaran Rumah Makan “Ampera Simpang Tigo” Dengan Menggunakan Metode SWOT Dan QSPM. Dosen Pembimbing Saaptika Kancana.

Persaingan industri kuliner di Yogyakarta yang semakin ketat menuntut setiap pelaku usaha untuk memiliki strategi pemasaran yang tepat agar mampu bertahan dan berkembang rumah makan ampera simpang tigo sebagai salah satu pelaku rumah makan padang yang berdiri sejak tahun 2021 menghadapi permasalahan berupa fluktuasi dan penurunan omset penjualan pada tahun 2022 sampai 2024. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya perumusan strategi bauran pemasaran yang lebih adaptif dan terarah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi kinerja pemasaran rumah makan ampera simpang tigo melalui matriks IFE dan EFE, merumuskan strategi alternatif pemasaran menggunakan analisis SWOT, serta menentukan strategi prioritas dengan metode QSPM.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara dan kuesioner. Jumlah informan yaitu delapan orang. Lokasi penelitian adalah rumah makan ampera simpang tigo. Teknik analisis melalui tiga tahap yaitu tahap input menggunakan matriks IFE dan EFE, tahap pencocokan menggunakan matriks SWOT dan diagram, dan tahap ketiga keputusan menggunakan matriks QSPM.

Hasil dari penelitian menunjukan matriks IFE 2,900 matriks EFE dengan skor 2,800. Perusahaan berada pada kuadran I pada diagram SWOT sehingga yang direkomendasikan adalah strategi agresif (*Growth Oriented Strategy*). Matriks SWOT menghasilkan 14 rekomendasi strategi yang terdiri dari 3 strategi SO (*Strength-Opportunity*), 4 strategi WO (*Weakness-Opportunity*), 3 strategi ST (*Strength-Threats*) dan 4 strategi WT (*Weakness-Threats*). Hasil dari matriks QSPM menghasilkan strategi dengan skor tertinggi yaitu memperluas penjualan menggunakan delivery online dengan total *attractiveness score* sebesar 5,703.

Kata Kunci : Manajemen Strategi, Bauran pemasaran, SWOT,QSPM