

ABSTRAKSI

Umi Salamah, Nomor Induk Mahasiswa 152210099, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul “Strategi Pemasaran Digital Pada Perusahaan Jamu Dengan Menggunakan Metode SWOT Dan QSPM (Studi pada PT Naturindo Surya Niaga Yogyakarta)”. Dosen Pembimbing Dr. Saaptika Kancana S.S., M.Si.

Perkembangan teknologi yang beriringan dengan perkembangan industri jamu merupakan peluang yang bagus bagi perusahaan jamu untuk memanfaatkan potensi pemasaran digital. PT Natirindo Surya Niaga merupakan perusahaan jamu yang menggunakan pemasaran digital dalam memasarkan produknya. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui strategi pemasaran digital sesuai matriks SWOT dan mengetahui alternatif strategi pemasaran digital yang direkomendasikan berdasarkan matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*).

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara dan kuesioner. Jumlah informan yaitu delapan orang. Lokasi penelitian adalah PT Naturindo Surya Niaga. Teknik analisis melalui tiga tahap yaitu tahap input menggunakan matriks IFE dan EFE, tahap pencocokan menggunakan diagram dan matriks SWOT, dan tahap keputusan menggunakan matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*).

Hasil penelitian menunjukkan matriks IFE dengan skor 3,10 dan matriks EFE dengan skor 2,73. Perusahaan berada di Kuadran I pada diagram SWOT sehingga strategi yang direkomendasikan adalah strategi agresif (*Growth Oriented Strategy*). Matriks SWOT menghasilkan 10 rekomendasi strategi yang terdiri dari 4 strategi SO (*Strength-Opportunity*), 2 strategi WO (*Weakness-Opportunity*), 2 strategi ST (*Strength-Threats*), dan 2 strategi WT (*Weakness-Threats*). Hasil dari matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) menghasilkan strategi dengan skor tertinggi yaitu memaksimalkan performa media sosial (*reach, impressions, followers*) untuk memperluas pasar dengan *Total Attractiveness Score* sebesar 6,81.

Kata Kunci: Manajemen Strategi, Strategi Pemasaran Digital, SWOT, QSPM