ABSTRAKSI

Hepy May Andani, Nomor Induk Mahasiswa 152220048, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta. Judul penelitian **"Perumusan Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM pada Usaha Kerupuk Rambak Pak Yadi Klaten"**. Dosen Pembimbing Sauptika Kancana.

Persaingan industri kerupuk yang semakin tinggi menuntut setiap pelaku usaha untuk memiliki strategi pemasaran yang tepat agar mampu bertahan dan berkembang. Usaha Kerupuk Rambak Pak Yadi, salah satu usaha yang berdiri sejak 1998 menghadapi permasalahan penurunan omzet secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Kondisi itu menunjukan perlunya perumusan strategi yang tepat dan terarah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi kinerja pemasaran usaha kerupuk melalui matriks EFE dan IFE, merumuskan strategi alternatif pemasaran menggunakan analisis SWOT, serta menentukan strategi yang direkomendasikan menggunakan metode QSPM.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan kuesioner. Jumlah informan yaitu 8 (delapan) orang. Objek penelitian adalah Usaha Kerupuk Rambak Pak Yadi Klaten. Teknik analisis dilakukan melalui tiga tahap yaitu tahap input menggunakan matriks EFE dan IFE, tahap pencocokan menggunakan matriks SWOT, serta tahap keputusan menggunakan matriks QSPM.

Hasil penelitian menunjukkan matriks EFE sebesar 2,61 dengan IFE sebesar 2,42 yang menunjukan posisi usaha ada di kuadran V, yaitu kuadran *hold and mantain.* Matriks SWOT menghasilkan 11 (sebelas) strategi yang terdiri dari 3 strategi SO (*Strengths-Opportunities*), 3 strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), 2 strategi ST (*Strengths-Threats*), dan 3 strategi WT (*Weaknesses-Threats*). Strategi yang diprioritaskan mencakup bauran pemasaran yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi. Berdasarkan hasil dari matriks QSPM, strategi dengan skor tertinggi adalah strategi promosi dengan melakukan promosi rutin dan *boost content* dengan TAS 4,95.

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