

ABSTRACT

The development of the halal industry in the food and beverage sector, clothing products, media and recreation, the travel and tourism business, pharmaceutical products, cosmetics and Islamic finance is experiencing growth. This condition will become a great potential for world halal industry players, especially for our country Indonesia. The life of urban people tends to be busy and active, so they need practical and fast food.

Bread contains carbohydrates as a substitute for rice which is more practical and fast. Culinary business competition by paying attention to factors that can have a good influence on increasing sales. Kampoeng Roti usually receives requests for goods in large quantities for weddings, recitations, and so on. However, due to the pandemic, the government prohibits gatherings where weddings are not held in large numbers, recitations with limited number of guests.

This research aims to increase bread sales by proposing strategic management which is analyzed using Marketing Mix 4p and SWOT Analysis and QSPM. Marketing Mix 4P are variables that can be controlled by the company, which consists of Product, Price, Distribution, Promotion. SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Arts) is a tool that can help develop 4 strategies based on the 4 previous variables. After getting the results from the 4P marketing mix method, proceed to the SWOT method, the results of which are the company's strategic factors (strengths, weaknesses, opportunities and threats). The strategy results from the SWOT matrix are translated back using the QSPM method to determine the TAS value of each strategy and then the highest ranking is obtained from which strategy will take precedence.

Kata kunci : Bauran pasar 4P, Analisa SWOT, QSPM

ABSTRAK

Perkembangan industri halal di sektor makanan dan minuman, produk pakaian, media, dan rekreasi, bisnis travel, dan pariwisata, produk farmasi, kosmetik, dan islamic finance mengalami pertumbuhan. Kondisi ini akan menjadi potensi besar bagi pelaku industri halal dunia, terutama bagi negara kita Indonesia. Kehidupan masyarakat perkotaan yang cenderung sibuk dan aktif, sehingga membutuhkan makanan yang praktis dan cepat saji.

Roti memiliki kandungan karbohidrat sebagai pengganti nasi yang lebih praktis dan cepat saji. Persaingan bisnis kuliner dengan memperhatikan faktor yang dapat memberi pengaruh baik dalam peningkatan penjualan. Kampoeng roti biasa menerima permintaan barang dalam jumlah besar untuk acara pernikahan, pengajian, dan lain sebagainya. Namun karena pandemi pemerintah melarang berkerumun dimana pernikahan tidak diadakan secara besar, pengajian dengan jumlah tamu terbatas.

Adapun penelitian ini guna meningkatkan penjualan roti dengan mengusulkan manajemen strategi yang dianalisis menggunakan *Marketing Mix 4p* dan Analisis SWOT dan QSPM. *Marketing Mix 4P* merupakan variabel-variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan, yang terdiri dari Produk (*Product*), Harga (*Price*), Distribusi (*Place*), Promosi (*Promotion*). Analisis SWOT (*Strenghts*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Thearts*) merupakan alat yang dapat membantu untuk mengembangkan 4 strategi berdasarkan 4variabel sebelumnya. Setelah mendapat hasil dari metode *marketing mix 4P* dilanjutkan ke metode SWOT yang hasilnya adalah faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman). Hasil strategi dari matriks SWOT dijabarkan kembali dengan metode QSPM untuk mengetahui nilai TAS dari setiap strategi kemudian diperoleh peringkat tertinggi dari strategi mana yang akan didahulukan terlebih dahulu.

Kata kunci : *Marketing Mix 4P*, SWOT, QSPM