

**PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK MASKER
MENGUNAKAN METODE *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING*
MATRIX (QSPM) DAN MATRIK SWOT**

**(Studi kasus : UMKM Kinan Galery di Kel Tambak Ossowilangun
Kec Benowo Surabaya)**

Oleh:

Iqbal Awwluddin

160421100024

ABSTRAK

Masker yang diproduksi oleh UMKM Kinan Galery adalah produk masker berbahan dasar kain dan jenis masker 3D yang memiliki variatif motif yang banyak. Banyaknya persaingan yang ketat antar produsen masker menyebabkan penjualan tidak maksimal, sehingga membutuhkan alternatif strategi pemasaran guna membantu UMKM Kinan Galery dalam persaingan pasar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang memengaruhi konsumen untuk membeli produk dari masker dan juga untuk mengembangkan strategi pemasaran yang dapat diterapkan bagi UMKM Kinan Galery. Dengan menggunakan metode matriks SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM), alternatif strategi yang didapatkan yaitu strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau strategi integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal) dengan mengembangkan inovasi produk, menjaga kualitas produk dan juga pendekatan pemasaran melalui distributor.

Kata kunci: matriks EFE, matriks IFE, pemasaran, SWOT, QSPM

**PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK MASKER
MENGUNAKAN METODE *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING*
MATRIX (QSPM) DAN MATRIK SWOT**

**(Studi kasus : UMKM Kinan Galery di Kel Tambak Ossowilangun
Kec Benowo Surabaya)**

By:

Iqbal Awwluddin

160421100024

ABSTRACT

Masks produced by UMKM Kinan Galery are fabric-based mask products and types of 3D masks that have a lot of varied motifs. The amount of intense competition between mask manufacturers causes sales not maximal, so it requires alternative marketing strategies to help UMKM Kinan Galery in market competition. The purpose of this research is to find out what factors affect consumers to buy products from masks and also to develop marketing strategies that can be applied to UMKM Kinan Galery. By using SWOT matrix method and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM), alternative strategies obtained are intensive strategies (market penetration, market development, and product development) or integration strategies (back-to-back integration, forward integration, and horizontal integration) by developing product innovations, maintaining product quality and also marketing approaches through distributors.

Keywords: EFE matrix, IFE matrix, marketing, SWOT, QSPM.