

## ABSTRAK

UD Veny Toys merupakan salah satu usaha yang memproduksi boneka yang ada di kabupaten Pasuruan tepatnya di Dusun Mejasem Desa Tawangrejo Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan. UD Veny toys mengalami penurunan dalam penjualan pada bulan enam terakhir, sehingga perlu dilakukan analisis pada faktor internal maupun eksternal. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan rancangan strategi pemasaran pada objek usaha boneka berdasarkan variabel 4C (*Customer, Company, Changes, Competitor*) untuk menentukan faktor dalam sebuah perusahaan. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis SWOT dan QSPM. Tahap pertama dimulai dengan melakukan analisis SWOT (*Strenghts, Weaknessess, Opportunities, Threats*) terhadap faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang ada pada objek usaha boneka. Hasil dari analisis SWOT ini diperoleh strategi yang terpilih yaitu strategi SO (Strength, Opportunities) dengan diagram matrix space berada pada kuadran I yang bernilai x,y (0.41 , 0.83 ). Tahap selanjutnya yaitu melakukan perhitungan dari strategi prioritas yang terpilih dari sebelumnya, urutan strategi prioritas yang terpilih dengan menggunakan metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Hasil dari perhitungan pada metode QSPM strategi ke 5 memperoleh nilai TAS sebesar 6,84 sehingga pada urutan pertama diperoleh strategi yaitu menambah alternative pada sistem pembayaran secara online seperti QRIS, OVO, GOPAY dan membuat market place dalam penjualan dan lain sebagainya. Diharapkan setelah dilakukannya strategi pemasaran ini dapat meningkatkan sistem pembayaran kedepanya yang dapat diterapkan oleh usaha boneka.

**Kata kunci: Strategi Pemasaran, Analisis 4C, Analisis SWOT, QSPM**

## **ABSTRACT**

*UD Veny Toys is one of the businesses that produces dolls in Pasuruan Regency, precisely in Mejasem Hamlet, Tawangrejo Village, Pandaan District, Pasuruan Regency. This research was conducted with the aim of providing a marketing strategy design for doll business objects based on the 4C variables (Customer, Company, Changes, Competitor) to determine factors in a company. The method used in this study is SWOT and QSPM analysis. The first stage begins by conducting a SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analysis of internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats) that exist in the puppet business object. The results of this SWOT analysis obtained the selected strategy, namely the SO (Strength, Opportunities) strategy with a matrix space diagram located in quadrant I with a value of  $x,y$  (0.41, 0.83). The next stage is to calculate the selected priority strategies from the previous one, the order of the selected priority strategies using the QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) method. The results of the calculation in the QSPM method in the first order were obtained by adding alternatives to online payment systems such as QRIS, OVO, GOPAY and creating a market place in sales and so on. It is hoped that after this marketing strategy is carried out, it can improve the payment system in the future that can be applied by the puppet business.*

**Keywords: Marketing Strategy, 4C Analysis, SWOT Analysis, QSPM**