

## ABSTRAK

Tahu Susu CHJ Merupakan perusahaan pada bidang kuliner yang berada di Kabupaten Bandung Barat. Tujuan meneliti perusahaan Tahu Susu CHJ adalah untuk mengembangkan strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh perusahaan Tahu Susu CHJ. Data dari penelitian terdiri dari data primer dan sekunder dan alat analisis yang digunakan adalah matrik *Internal Factor Evaluation* (IFE), matrik *External Factor Evaluation* (EFE), matrik *Internal – External* (IE), matrik SWOT (*strength, weakness, oppotunity, threat*) dan matrik *Quantitative strategic Planning* (QSPM). Berdasarkan hasil analisis matrik SWOT alternatif yang didapatkan yaitu memanfaatkan teknologi untuk melakukan kegiatan pemasaran dan menjual produk secara online, mengembangkan produk dan kualitas produk, memanfaatkan teknologi untuk melakukan promosi, membuka cabang baru di tempat yang lebih strategis, dan membangun kerjasama yang baik dengan pemasok untuk mengantisipasi kenaikan harga biji kedelai. Setelah didapat alternatif strategi akan dilakukan pengambilan keputusan strategi yang akan diprioritaskan menggunakan matrik QSPM dan hasilnya alternatif strategi yang terpilih yaitu memanfaatkan teknologi untuk melakukan kegiatan pemasaran dan menjual produk secara online dengan nilai *Total Attractiveness Score* (TAS) sebesar 4,098