

ABSTRAK

Shee.k.cloth merupakan sebuah toko yang menjual pakaian wanita dengan konsep masa kini. Toko *Shee.k.cloth* terletak di Buah Batu *Regency*, Blok A No. 10, Kota Bandung, Jawa barat. *Shee.k.cloth* berdiri sejak tahun 2018. Masalah yang dialami oleh *Shee.k.cloth* adalah mengalami penurunan penjualan yang drastis pada tahun 2020 akibat dari persaingan yang semakin ketat. Untuk mengatasi masalah tersebut, maka penting adanya strategi pemasaran baru yang lebih baik agar toko *Shee.k.cloth* mampu bersaing dengan kompetitor lain serta dapat meningkatkan profit perusahaan. Strategi pemasaran yang dirancang untuk toko *Shee.k.cloth* terdiri dari beberapa faktor yaitu faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan. Analisis SWOT digunakan untuk mendapatkan alternatif strategi, dimana alternatif strategi didapatkan dari faktor internal dan faktor eksternal perusahaan. Data dan informasi penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*), matriks EFE (*External Factor Evaluation*), matriks IE (*Internal-External*), matriks SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats*), dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Matriks SWOT menghasilkan 5 alternatif strategi yang dapat diimplementasikan perusahaan. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode QSPM yang terdiri dari 5 strategi alternatif, terdapat satu strategi yang harus diprioritaskan oleh perusahaan yaitu memanfaatkan teknologi untuk menjual produk secara online melalui *market place* (*Shopee//Tokopedia*) serta membuat *Facebook* toko *Shee.k.cloth* untuk penjualan produk dengan nilai skor TAS sebesar 6,311.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, IFE, EFE, IE, SWOT, QSPM