

ABSTRAK

Svara merupakan sebuah broadcasting platform yang didirikan pada tahun 2017, Svara bertujuan untuk membantu Industri Radio dalam melakukan Digital Transformation dan juga bagi pendengar untuk menikmati cara baru mendengarkan radio, musik, dan podcast. Tujuan dalam penelitian Svara adalah untuk mengembangkan strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh PT Svara Inovasi Indonesia. Data penelitian terdiri dari data primer dan sekunder dan metode 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 didapatkan tiga alternatif yang dapat diterapkan yaitu memanfaatkan perkembangan teknologi untuk membuat tampilan aplikasi yang menarik, Menghadirkan konten yang kreatif dan inovatif untuk bersaing dengan kompetitor, membuat konten yang beragam untuk memanfaatkan pangsa pasar yang luas.

Setelah didapat alternatif strategi akan dilakukan pengambilan keputusan strategi yang akan diprioritaskan menggunakan matrik QSPM dan hasilnya alternatif strategi yang terpilih yaitu Memanfaatkan perkembangan teknologi untuk membuat tampilan aplikasi yang menarik dengan nilai Total Attractiveness Score (TAS) sebesar 5,300.

Kata kunci : Matrik IFE, Matrik EFE, Matrik IE, Matrik SWOT, matrik QSPM, strategi pemasaran