

## **ABSTRAK**

NKRI Coffee adalah perusahaan yang bergerak dibidang bisnis coffee shop yang berada di Kota Tasikmalaya yang menjual berbagai macam makanan dan minuman terutama kopi. Akibat dari banyaknya pesaing dalam bidang ini yang bermunculan dan turunnya daya beli konsumen akibat teknologi yang semakin berkembang dan pelaku bisnis tidak memanfaatkannya, penjualan dari NKRI Coffee mengalami penurunan. Untuk mengatasi hal tersebut, strategi pemasaran adalah hal yang tepat untuk dilakukan agar dapat bersaing dengan pesaing lain. Metode analisis yang sesuai digunakan dalam melakukan evaluasi terhadap kondisi ril perusahaan adalah metode SWOT dan Quantitative Strategy Planning Matrix (QSPM). Berdasarkan latar belakang permasalahan yang dihadapi NKRI Coffee, maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat bersaing dan meningkatkan penjualan. Matriks faktor internal dan eksternal, matriks SWOT dan QSPM adalah sebuah cara yang dapat mengatasi permasalahan tersebut. Oleh karena itu, dilakukan Tugas Akhir pada NKRI Coffee untuk mengetahui dan menentukam strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan dengan menggunakan metode SWOT dan QSPM. Proses pertama dalam Tugas Akhir ini dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dari perusahaan sehingga didapat faktor-faktor untuk perumusan strategi kemudian dapat diperoleh pembobotan pada matriks IFAS dan EFAS. Dari hasil pembobotan tadi maka akan diketahui posisi perusahaan berdasarkan matriks IE, kemudian dijadikan sebagai dasar perumusan strategi perancangan pada matriks SWOT. Lalu QSPM digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap strategi strategi alternatif yang telah didapatkan, serta dapat menentukan strategi terbaik dengan cara perolehan nilai TAS tertinggi yang telah didapat pada analisis QSPM.

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran, QSPM, SWOT, EFAS, IFAS, IE**