

ABSTRAK

Owari Official adalah salah satu usaha *online* yang menjual produk berupa baju kaos yang saat ini beroperasi di kota Bandung. Owari Official dibuat pada bulan November tahun 2021 yang memiliki visi menjadi toko baju favorit para pecinta budaya Jepang. Owari Official sedang mengalami permasalahan di mana tingkat penjualan produknya menurun tiap kuartal tahunnya. Beberapa masalah yang menyebabkan hal ini adalah kurangnya pilihan produk, proses pemesanan yang masih manual, dan belum maksimalnya pemasaran.

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang strategi pemasaran dengan menganalisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan menggunakan matriks SWOT serta penggunaan QSPM untuk memprioritaskan strategi pemasaran yang terpilih. Rancangan sistem terintegrasi perlu memiliki visualisasi dari rencana strategi pemasaran.

Manfaat dari perancangan strategi pemasaran untuk Owari Official adalah sebagai pedoman bagi toko Owari Official untuk menambah tingkat penjualan.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, SWOT, QSPM*