

ABSTRAK

Balief coffee adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang bisnis coffee yang berada di kabupaten bandung. Balief coffee menjual berbagai minuman yang terutama kopi. Akibat dari banyaknya pesaing di bidang yang sejenis yang mulai bermunculan dan turunnya daya beli konsumen akibat kurangnya memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada. Untuk mengatasi hal tersebut, strategi pemasaran adalah hal yang tepat untuk dilakukan agar dapat bersaing dengan pesaing lainnya. Metode analisis yang sesuai dalam melakukan evaluasi terhadap kondisi ril perusahaan adalah metode SWOR dan Quantitative Strategy Planning Matrix (QSPM). Berdasarkan latar belakang permasalahan yang di hadapi oleh Balief coffee, maka di perlukan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat bersaing dan meningkatkan penjualan. Matriks factor internal dan eksternal, Matriks SWOT, dan Matriks QSPM adalah sebuah cara yang dapat mengatasi permasalahan tersebut. Oleh karena itu. Di lakukan tugas akhir pada Balief Coffee untuk mengetahui dan menentukan 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 yaitu 5.628

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