

## ABSTRAK

Cipta *Decoration* merupakan salah satu UMKM yang bergerak dibidang dekorasi yang berada di Medan Sumatera Utara. Total pendapatan Cipta *Decoration* di setiap bulannya dari bulan Agustus 2021 hingga Juli 2022 mengalami penurunan sehingga tidak memenuhi target yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, Cipta *Decoration* harus menentukan perencanaan strategi baru yang dapat di terapkan agar meningkatkan hasil pendapatan dan memenuhi target yang telah ditetapkan di setiap bulannya. Rancangan strategi pemasaran baru yang di tetapkan Cipta *Decoration* menggunakan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*. Data yang digunakan yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*), matriks EFE (*External factor Evaluation*), matriks IE (*Internal-External*), matriks SWOT (*Strenght, Weakness, Oppurtunities, Threats*), dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini adalah kuesioner. Strategi yang menjadi prioritas merupakan strategi yang memiliki nilai *Total Attractive Score* tertinggi yaitu “Melakukan promosi melalui sosial media dengan tampilan yang menarik secara berkala” dengan nilai sebesar 6,626.

Kata kunci: *Strategi pemasaran, QSPM, Analisis SWOT*