

## ABSTRAK

Pepaya Krispy Mek Marta adalah UMKM yang terbilang baru resmi didirikan pada tahun 2021 yang memiliki pusat produksi di Denpasar, Bali. UMKM Pepaya Krispi Mek Marta memiliki masalah penjualan yang belum dapat memenuhi target yang ditetapkan. Berdasarkan analisis fishbone diagram, dapat diketahui bahwa akar dari permasalahan perusahaan adalah promotion dikarenakan belum adanya strategi pemasaran. Untuk melakukan perancangan strategi pemasaran, dibutuhkan sebuah metode analisis yang dapat membantu proses perancangan. Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan perusahaan untuk menyusun rancangan strategi yaitu, matriks IE, matriks SWOT, matriks BCG, matriks CPM, matriks SPACE dan matriks QSPM. Penggunaan matriks QSPM menghasilkan usulan strategi pemasaran untuk meningkatkan pendapatan UMKM Pepaya Krispy Mek Marta agar mencapai target. Dalam membuat matriks QSPM, dilakukan audit internal terlebih dahulu untuk mengetahui faktor kelemahan dan kekuatan perusahaan yang akan menghasilkan matriks IFE. Audit eksternal juga akan dilakukan untuk mengetahui faktor peluang dan ancaman yang menghasilkan matriks EFE. Matriks IFE dan EFE digunakan untuk menyusun matriks IE yang dimana perusahaan saat ini berada di kuadran ke-lima dengan kategori *hold and maintain*. Strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk adalah strategi yang harus disusun pada matriks SWOT berdasarkan kategori *hold and maintain*. Setelah mendapatkan alternatif strategi berdasarkan matriks SWOT maka dilakukan perhitungan strategi terbaik menggunakan matriks QSPM. Berdasarkan penelitian, didapatkan usulan strategi pemasaran yang terpilih adalah melakukan promosi dengan memanfaatkan sosial media Instagram untuk UMKM Pepaya Krispy Mek Marta dengan skor 5,21. Berdasarkan verifikasi yang dilakukan, terdapat tujuh alternatif strategi yang terbagi menjadi dua yakni, tiga alternatif strategi masuk ke kategori pengembangan produk dan empat strategi masuk ke kategori penetrasi pasar. Hasil validasi yang dilakukan dengan pemilik juga mendapatkan hasil bahwa seluruh rancangan strategi diterima.

**Kata Kunci: UMKM, IFE, EFE, IE, SWOT dan QSPM**