

ABSTRAK

LOST THE PLOT merupakan salah satu usaha yang bergerak pada bidang industri *Clothing* yang telah berdiri kurang lebih 4 tahun. LOST THE PLOT berlokasi pada Jl. Gabus Raya No.45, RT 003/005, Srijaya, Kec. Tambun Utara, Kab. Bekasi, Jawa Barat 17510. Dengan tingginya persaingan industri *Clothing* yang ada di Kabupaten Bekasi menuntut setiap pengelola usaha untuk memiliki sebuah strategi yang baik agar usaha mampu bersaing serta bertahan. Oleh sebab itu pendekatan yang dilakukan dalam strategi pengembangan usaha LOST THE PLOT agar mampu bersaing dengan para kompetitor sejenis dengan menerapkan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Tahap awal yang dilakukan dalam penelitian ini dengan identifikasi kondisi internal dan kondisi eksternal dari *Clothing* LOST THE PLOT untuk mendapatkan faktor-faktor yang mempengaruhi proses perumusan strategi yang berupa hasil dari pembobotan matriks IFAS dan EFAS, sebesar 3.269 dan 2.890. setelah total dari pembobotan matriks IFAS dan EFAS, maka diketahui posisi usaha berada pada sel II yang berarti (*Growth dan Build*) yaitu usaha melakukan pengembangan pasar dan produk serta penetrasi pasar berdasarkan factor internal dan eksternal pada Matriks Internal dan Eksternal (IE) yang dapat dijadikan sebagai dasar dalam alternatif perumusan strategi pada matriks SWOT. Berdasarkan dari hasil pengolahan matriks SWOT maka didapatkan 10 alternatif strategi diantaranya, membuat produk lain selain kaos seperti, Hoddie, Baenie Hat, Dompot, Ikat Pinggang, Bekerjasama dengan warga sekitar dengan cara membagikan stiker label siap tempel untuk warung dan tempat jualan lainnya, Mengikuti acara pameran *Clothing* brand local yang diadakan di seputar Jabodetabek, Bekerjasama dengan pemasok untuk memudahkan dalam pembuatan dan pemesanan barang, Merekrut atau membayar jasa untuk Content Writer, Melakukan evaluasi 1 bulan sekali untuk meminimalisir kritik dan saran dari konsumen, Melakukan pelegalitasan untuk brand dan sedain produk, Menjamin kualitas bahan dan sablon yang digunakan tetap bagus, Melakukan pemasran dengan media social lain atau took online seperti Tokopedia dan Shopee, Mencari investor untuk membantu dalam pengadaan alat untuk pencatatan keuangan seperti EDC (*Electronic Data Capture*) dan untuk membuat produk baru selain kaos.

Kata Kunci: Clothing, Strategi Pemasaran, IFAS, EFAS, Matriks IE, Matriks SWOT, QSPM.