

Abstrak

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2022 terdapat 66 juta unit UMKM di Indonesia dan industri kuliner merupakan industri terbanyak yang berada di Indonesia dengan jumlah 1,59 juta unit pada tahun 2022.

Tantangan UMKM ke depan yang harus diatasi antara lain berkaitan dengan inovasi dan teknologi, literasi digital, produktivitas, legalitas atau perizinan, pembiayaan, *branding* dan pemasaran, sumber daya manusia, standardisasi dan sertifikasi, pelatihan, dan fasilitasi. Hal tersebut menjadi tantangan sekaligus permasalahan yang dialami oleh Uwais Zoupa karena untuk saat ini Uwais Zoupa belum memanfaatkan teknologi digital dengan maksimal untuk kegiatan promosi. Hal ini menyebabkan tidak tercapainya target Uwais Zoupa yang telah ditentukan. Maka dari akar permasalahan tersebut, penelitian bertujuan untuk merancang bauran promosi yang dapat diimplementasikan oleh Uwais Zoupa untuk di masa yang akan datang sehingga permasalahan yang dihadapi Uwais Zoupa dapat teratasi. Penelitian ini menggunakan metode Matriks SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, and Threats*) dan Matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*).

Untuk tahap awal perlu diketahui faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan perusahaan dan faktor eksternal yang berupa peluang dan ancaman perusahaan. Kemudian membuat Matriks SWOT. Dari Matriks SWOT didapat 7 usulan strategi yang kemudian tahap akhir akan dihitung dengan menggunakan Metode QSPM yang akan menghasilkan strategi terbaik yang dilihat dari nilai TAS tertinggi dalam masing-masing strategi. Berdasarkan hasil QSPM, strategi yang terpilih yaitu Strategi 7 “menggunakan media sosial Instagram untuk sarana promosi”.

Hasil dari rancangan ini adalah Uwais Zoupa sudah memiliki Instagram dengan 73 *followers* dan mengalami peningkatan penjualan sebesar 36%.

Kata kunci: Uwais Zoupa, Bauran Promosi, Matriks SWOT, dan Matriks QSPM.