

ABSTRAK

Tingginya tingkat persaingan dalam industri Kue kering sekarang ini membuat setiap produsen kue kering harus mencermati dengan serius perubahan kondisi atau keadaan pasar, guna dapat menganalisis dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan optimal agar dapat terus bertahan dan berkembang dalam menghadapi persaingan yang sangat kompetitif di era globalisasi sekarang ini.

Dalam menentukan strategi pemasaran PT. Bonli Cipta Sejahtera, dilakukan analisis faktor internal dan eksternal perusahaan selain itu pengembangan alternatif strategi dilakukan dengan menggunakan Metode yang digunakan untuk memutuskan strategi yang tepat dalam meningkatkan penjualan produk kue kering tersebut diantaranya menggunakan metode QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). Metode ini meliputi tiga tahapan perencanaan strategi alternatif tahap pertama, input stage menggunakan matriks IFE dan EFE, tahap kedua, matching stage menggunakan matriks IE, STP, matriks SWOT, tahap ketiga, decision stage menggunakan matriks QSPM. Pendekatan ini memiliki kelebihan penilaian secara kualitatif dan kuantitatif. Dengan tahapan seperti itu, diharapkan strategi maupun tindak lanjut (action plan) dari alternatif strategi terpilih, merupakan pilihan yang sesuai dengan kondisi perusahaan. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh prioritas alternatif strategi operasional yang paling baik berdasarkan nilai TAS (Total Attractive Score) terbesar yaitu strategi Pengembangan produk dengan nilai TAS 3,81. Untuk mengimplementasikan strategi operasional terpilih, dilakukan rencana aksi berupa merencanakan riset pasar, melakukan inovasi produk, melakukan kegiatan produk, melakukan pendistribusian dan melakukan penjualan produk ke pasar yang lama.