

ABSTRAK

Kimbab Bandung merupakan UMKM yang bergerak di bidang makanan atau lebih tepatnya di bidang kuliner khas Korea yang berlokasi di Jl. Sukagalih No.123. Sukajadi – Bandung. Tingginya persaingan dalam bidang kuliner menuntut usaha harus memiliki strategi pemasaran yang tepat agar usaha tetap mampu bersaing dan bertahan sehingga mampu menjadi usaha yang menempati terbaik. Dilihat dari Hasil pendapatan Kimbab Bandung pada bulan Juni 2020 sampai bulan Desember 2020 dapat dilihat bahwa pendapatan pada Kimbab Bandung tidak memenuhi target pendapatan dari target yang sudah ditentukan. Maka Kimbab Bandung harus merencanakan strategi baru supaya meningkatkan pendapatan agar bisa mencapai target yang sudah ditentukan. Strategi pemasaran yang dirancang Kimbab Bandung berdasarkan beberapa faktor yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Analisis SWOT digunakan untuk mendapatkan alternatif strategi, dimana alternatif strategi didapat dari faktor internal dan faktor eksternal perusahaan. Tahapan dari penelitian dimulai dari identifikasi kondisi internal dan eksternal usaha sehingga mendapatkan kumpulan faktor serta pengaruhnya bagi proses perumusan strategi yang berupa hasil pembobotan pada matriks IFE dan EFE. Berdasarkan hasil total pembobotan matriks IFE dan EFE, maka akan diketahui posisi usaha berdasarkan faktor internal dan eksternal usaha pada matriks Internal - Eksternal (IE) yang akan dijadikan sebagai dasar dalam perumusan alternatif strategi pada matriks SWOT. Terakhir, akan diterapkan analisis QSPM yang bertujuan untuk melakukan evaluasi atau penilaian terhadap beberapa pilihan alternatif strategi secara objektif untuk mendapat strategi yang terbaik. Matriks QSPM juga mampu memutuskan strategi prioritas terbaik. Matriks SWOT menghasilkan 8 alternatif strategi yang dapat diimplementasikan perusahaan. Berdasarkan hasil QSPM dari 8 alternatif terdapat salah satu alternatif strategi yang diprioritaskan yaitu Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk pemasaran pada Kimbab Bandung. Dengan nilai skor TAS sebesar 7,133.

Kata kunci: Strategi pemasaran, IFE, EFE, Matriks IE, Matriks SWOT, QSPM