

ABSTRAK

KEWS Cultivation merupakan usaha di bidang pembesaran ikan nila di desa Sirongge, Kembaran Kulon, Kecamatan Purbalingga Kabupaten purbalingga. Permasalahan yang ada di KEWS Cultivation yaitu mengalami penurunan. Oleh karena itu, KEWS Cultivation harus merencanakan strategi baru agar meningkatkan penjualan. Pendekatan yang akan digunakan dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat adalah dengan menerapkan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Analisis SWOT digunakan untuk mendapatkan alternatif strategi, dimana alternatif strategi didapat dari faktor internal dan faktor eksternal perusahaan. Data dan informasi penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder, alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*), matriks EFE (*External Factor Evaluation*), matriks IE (*Internal-External*), matriks SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats*), dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Hasil penelitian mendapatkan faktor internal kekuatan dan kelemahan pada Idaman Busana. Sedangkan untuk faktor eksternal peluang serta ancaman pada Idaman Eksternal. Posisi perusahaan berdasarkan matriks IE berada pada kuadran II. Hasil matriks SWOT menghasilkan 9 alternatif strategi pemasaran dan akan di analisis menggunakan QSPM. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode QSPM yang terdiri dari 9 strategi alternatif, terdapat 3 strategi alternatif. Dari nilai TAS yang tertinggi yang dapat di prioritaskan oleh KEWS Cultivation yaitu melakukan promosi yang lebih beragam, yang kedua yaitu meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, dan yang ketiga yaitu menambah jumlah pekerja.

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