

ABSTRAK

Rokok elektrik saat ini mulai digunakan sebagai pengganti rokok tembakau. Hal ini disebabkan karena adanya tren baru yang disebut dengan “*vaping*” yaitu menghisap uap dari sebuah perangkat elektronik yang akan menghasilkan asap seperti saat merokok. Seiring meningkatnya jumlah pengguna rokok elektrik di Indonesia, maka kebutuhan komponen rokok elektrik itu sendiri akan semakin meningkat. Oleh karena itu, para pelaku bisnis atau UMKM memanfaatkan momen ini untuk menjadi peluang usaha di bidang rokok elektrik. Vape Z Store merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang rokok elektrik, namun target penjualan perbulannya belum ada yang memenuhi target yang sudah ditetapkan di awal. Diketahui penyebabnya adalah kurangnya strategi pemasaran yang dilakukan seperti, promosi hanya menggunakan satu platform sosial media yaitu Instagram serta pesaing banyak memberikan harga yang lebih murah di beberapa produk. Sehingga, menyebabkan pendapatan yang didapatkan tidak sesuai dengan target awal yang ditetapkan. Tujuan dari penelitian ini adalah perancangan alternatif strategi pemasaran yang sebaiknya digunakan oleh UMKM Vape Z Store berdasarkan kondisi internal dan eksternal UMKM dalam pemasaran produknya dengan metode QSPM. Dimana kondisi internal didapatkan dengan melakukan analisis Analisis *Marketing Mix* (4P) & wawancara kepada Owner dan Karyawan. Sedangkan kondisi eksternal dilakukan dengan menggunakan analisis PEST dan *FIVE FORCE PORTER*. Sehingga, dapat membantu Vape Z Store untuk menemukan strategi efektif untuk mencapai target omset yang diinginkan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan perhitungan nilai *Total Attractiveness Score* (TAS) didapatkan bahwa ada 5 strategi alternatif yang disetujui yaitu menggunakan Shopee dan Tokopedia sebagai platform sosial media untuk memasarkan produk yang memperoleh nilai TAS tertinggi (5,809), menambahkan varian produk Vape yang dijual (5,041), menambahkan varian liquid (4,975), menambahkan mekanisme pemberian hadiah (4,2), dan memberikan potongan harga (3,522).

Kata kunci: **Strategi Pemasaran, QSPM, Perancangan**