

ABSTRAK

Salah Satu UMKM yang dimiliki ialah Aura Mart. UMKM tersebut berasal dari Kota Padang. Aura Mart bergerak dibidang *Food and Beverage* dan juga alat penunjang kebutuhan dapur. Perannya dalam lingkungan ialah memenuhi kebutuhan masyarakat ialah dalam memenuhi kebutuhan pribadi hingga rumah tangga. Aura Mart menyediakan hal seperti beras, telur, hingga sapu. Dalam penerapan bisnisnya, target penjualan dari Aura Mart tidak pernah memenuhi target yang diinginkan. Strategi yang dilakukan Aura Mart dalam memasarkan produknya saat ini hanya secara mulut ke mulut. Pada perkembangan globalisasi ini cara tersebut dikatakan tidak efektif yang mana sudah menggunakan teknologi internet untuk mempromosikan produk. Oleh karena itu strategi pemasaran untuk Aura Mart sangat penting karena tingginya tingkat persaingan dengan pesaing yang serupa dengan Aura Mart. Akibat persaingan yang tinggi dan strategi yang tidak tepat mengakibatkan target penjualan dari Aura Mart tidak tercapai. Dalam upaya mengatasi permasalahan tersebut dilakukan identifikasi menggunakan diagram *fishbone* sehingga didapatkan akar permasalahan dari Aura Mart. Setelah melakukan analisis dengan akar permasalahan yang didapat diketahui bahwa untuk mengatasi permasalahan tersebut dibutuhkan perancangan strategi pemasaran yang efektif agar Aura Mart dapat mencapai target penjualan sesuai yang diinginkan. Untuk mendapatkan strategi pemasaran yang efektif, Aura Mart melakukan analisis menggunakan metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matriks*). QSPM adalah suatu alat untuk melakukan evaluasi pilihan alternatif secara objektif, menetapkan daya tarik relatif dari tindakan alternatif yang layak dan memutuskan strategi mana yang terbaik. QSPM terdiri dari beberapa rangkaian aktivitas dimulai dari Analisis Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*), Analisis Matriks EFE (*External Factor Evaluation*), Analisis Matriks IE (*Internal & External*), dan bantuan dari analisis metode SWOT. Dari rangkaian aktivitas yang dilakukan tersebut nantinya analisis QSPM ini akan menghasilkan hasil berupa rancangan strategi pemasaran terbaik sehingga dapat meningkatkan penjualan dari Aura Mart sehingga target penjualan yang diinginkan dapat tercapai. Hasil dari Tugas Akhir ini terdapat lima alternatif strategi yang akan

segera diimplementasikan diantaranya membuat akun di *platform marketplace* seperti Shopee/Bukalapak, menambah beberapa produk lokal atau UMKM sebagai variasi tambahan dengan harga relatif murah, menambah karyawan untuk bagian pemasaran, menyediakan merek produk yang sering diinginkan konsumen, menambahkan sistem *delivery order* dengan *free* di minimum jarak tertentu.

Kata kunci : Analisis SWOT, Matriks IFE, Matriks EFE, QSPM, Strategi Pemasaran