

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi pemasaran yang tepat bagi Rumah Makan Mbok Galak dengan menggabungkan analisis 4P, SWOT, dan metode QSPM. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Hasil menunjukkan bahwa kekuatan utama terletak pada kualitas makanan dan kebersihan, sementara kelemahan ada pada promosi digital dan suasana tempat. Dengan skor IFE sebesar 3,1495 dan EFE sebesar 2,005, strategi prioritas yang diperbaiki adalah peningkatan promosi digital serta pelatihan karyawan. Hasil ini diharapkan membantu manajemen dalam pengambilan keputusan strategis dan memperkuat posisi usaha di tengah persaingan yang ketat.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, 4P, SWOT, QSPM, UMKM, Mbok Galak