

## INTISARI

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian negara, meskipun Usaha Mikro Kecil Menengah sering dianggap berkonotasi tradisional dan memiliki skala yang kecil baik dalam jumlah karyawan, aset, omset serta modal yang rendah tetapi sangat berpengaruh terhadap perekonomian Indonesia. UMKM Kerupuk Tengiri Ibu Simin merupakan salah satu perusahaan industri kecil yang bergerak pada bidang produksi kerupuk. Pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Kerupuk Tengiri Ibu Simin mengalami penurunan dikarenakan pandemi global Covid-19 yang mendunia dan pemasaran yang dilakukan belum efektif karena hanya sebatas lingkungan Cilacap Tengah dan masih menggunakan media sosial WhatsApp untuk transaksi jual beli. Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi pemasaran menggunakan metode SWOT dan QSPM. Dari hasil penelitian dihasilkan matriks IFE dengan bobot 2,67 sedangkan matriks EFE dengan bobot 2,53. Hasil perhitungan matriks IE berada pada kuadran V yaitu menunjukkan strategi hold and maintain. Perhitungan menggunakan matriks QSPM dengan skor TAS sebesar 1,84, sehingga strategi yang diberikan adalah memanfaatkan media sosial dan platform marketplace untuk mempermudah transaksi jual beli.

Kata kunci: SWOT, QSPM, Perancangan, Digital Marketing

## **ABSTRACT**

*Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are an important part of the country's economy, although Micro, Small and Medium Enterprises are often considered to have a traditional connotation and have a small scale both in terms of number of employees, assets, turnover and low capital, but are very influential on the Indonesian economy. MSME Kerupuk Tenggiri Ibu Simin is one of the small industrial companies engaged in the production of crackers. The marketing carried out by MSMEs Kerupuk Tenggiri Ibu Simin has decreased due to the global Covid-19 pandemic which is worldwide and the marketing carried out has not been effective because it is only limited to the Central Cilacap environment and still uses WhatsApp social media to take advantage of buying and selling. This study aims to design a marketing strategy using the SWOT and QSPM methods. From the results of the study, the IFE matrix with a weight of 2,67 was produced, while the EFE matrix with a weight of 2.53. The results of the IE matrix calculation are in quadrant IV, which shows the grow and build strategy. The calculation uses the QSPM matrix with a TAS score of 1.84, so the strategy given is to utilize social media and marketplace platforms to facilitate buying and selling transactions.*

*Keywords: SWOT, QSPM, Planning, Digital Marketing*