

ABSTRACT

ANALYSIS OF MARKETING STRATEGY FOR BAKERY PRODUCTS (CASE STUDY ON NADIA ROTI BUSINESS)

By

LATIFAH KAMILAH HAFSAH

This study aims to analyze internal and external factors that influence the formulation of marketing strategies, formulate alternative strategies and recommend appropriate marketing strategies to be implemented by Nadia Roti's business. The data used in this study are primary data and secondary data. The data obtained were processed and analyzed by the method of analysis used is the matrix of IFE (Internal Factor Evaluation) matrix, the EFE (External Factor Evaluation) matrix, the IE (Internal External) matrix, the SWOT matrix (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) and QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). Based on the analysis of the internal and external environment, it shows that Nadia Roti's business has a strong internal and external environment so that Nadia Roti's business is in quadrant I, namely grow and build. There are five alternative strategies generated by the SWOT matrix, namely maintain product quality in order to compete with its competitors, maintaining good relationships with consumers, implementing digital marketing and conducting product development. The recommended priority marketing strategy is to implement digital marketing.

Keywords: *IE matrix, SWOT matrix, QSPM, marketing strategy.*

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK BAKERY (STUDI KASUS PADA USAHA NADIA ROTI)

Oleh

LATIFAH KAMILAH HAFSAH

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi formulasi strategi pemasaran, merumuskan alternatif strategi serta merekomendasikan strategi pemasaran yang tepat untuk diimplementasikan oleh usaha Nadia Roti. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data yang diperoleh diolah dan dianalisis dengan metode analisis yang digunakan yaitu matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*), matriks EFE (*External Factor Evaluation*), matriks IE (*Internal Eksternal*), matriks SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal menunjukkan usaha Nadia Roti memiliki lingkungan internal dan eksternal yang kuat sehingga usaha Nadia Roti berada pada kuadran I yaitu *grow and build* (tumbuh dan membangun). Terdapat lima alternatif strategi yang dihasilkan matriks SWOT yaitu mempertahankan mutu dan kualitas produk sehingga dapat bersaing dengan pesaingnya, menjaga hubungan yang baik dengan konsumen, menerapkan *digital marketing* dan melakukan pengembangan produk. Strategi pemasaran prioritas yang disarankan adalah menerapkan *digital marketing*.

Kata kunci: matriks IE, matriks SWOT, QSPM, strategi pemasaran.