

# STRATEGI PEMASARAN PRODUK MINUMAN HERBAL DI PT SEKOTENG ABC INDONESIA

Oleh  
Yunita Sheila Putri Irawansyah

## Intisari

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui rekomendasi strategi prioritas dalam pemasaran produk di PT Sekoteng ABC Indonesia. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret sampai dengan bulan Juli 2023 di PT Sekoteng ABC Indonesia dengan metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan analisis SWOT dengan menggunakan matriks IFAS dan matriks EFAS, sedangkan untuk pengambilan strategi prioritas menggunakan matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planing Matriks*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rekomendasi strategi yang didapatkan yaitu meningkatkan promosi offline lebih gencar, melakukan inovasi produk, melakukan promosi ke berbagai media, memperluas jaringan distribusi dan kemitraan, menjaga kualitas produk dan meningkatkan produktivitas, pengadaan alat dan mesin yang lebih modern, menjalin kemitraan ke tempat yang strategis, melakukan analisis promosi kompetitor, melakukan analisis pasar terkait harga bahan baku, dan melakukan inovasi kemasan produk sesuai trend. Strategi prioritas yang didapatkan yaitu meningkatkan promosi offline yang lebih gencar.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Strategi Pemasaran, QSPM, SWOT