

## **Abstrak**

Industri Kecil Menengah (IKM) adalah sebuah industri yang memiliki skala industri kecil dan menengah. Indonesia sedang mengalami suatu bencana yang disebabkan oleh sebuah pandemic virus COVID-19. Masa pandemi sangat memengaruhi pemasukan atau tingkat penjualan dari semua IKM di seluruh dunia, termasuk IKM Makanan dan Minuman yang berada di Kabupaten Malang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengusulkan perbaikan sistem pemasaran IKM Makanan dan Minuman Kabupaten Malang menggunakan Analisis SWOT dan QSPM *Matrix*. Analisis SWOT akan menghasilkan alternatif strategi berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman IKM serta QSPM *Matrix* akan berguna untuk menentukan strategi terbaik yang akan digunakan untuk diterapkan kepada IKM berdasarkan keadaan yang sedang dihadapi saat ini. Berdasarkan hasil analisis maka akan dilakukan perbaikan berupa peningkatan pemasaran kepada IKM Aira Food. Hasil dari implementasi peningkatan pemasaran ini adalah bertambahnya jumlah target konsumen yang mengetahui produk Aira serta meningkatnya jumlah penjualan hingga sebesar 20%.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, QSPM *Matrix*, COVID-19, IKM.

## **Abstract**

Small to Medium-sized Enterprises (SMEs) is a small industry. Indonesia is experiencing a disaster by a pandemic virus called COVID-19. The pandemic affects the income or sales rate of all SMEs all around the world, including Food and Beverages SMEs in Malang districts. The purpose of this research is to analyze and propose improvements for the marketing system of Food and Beverages SMEs in Malang district using SWOT analysis and QSPM Matrix. SWOT analysis will generate alternative strategies based on SMEs strengths, weaknesses, opportunities and threats and QSPM Matrix will be used to determine the best strategy to be applied to SMEs based on the situations they are facing right now. Based on analysis results, there will be an improvement by improving the marketing strategic to Aira Food SME. The results of the implementation are the increasing number of target consumers who acknowledge Aira Food SME's products and the increasing sales rate until up to 20%.

Keywords : Marketing Strategic, SWOT Analysis, QSPM Matrix, COVID-19, SMEs.