

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal apa saja yang menjadi kekuatan kelemahan dan faktor eksternal apa saja yang menjadi peluang dan ancaman untuk mengembangkan usaha *food and beverages company* di bogor. Mengetahui strategi pemasaran yang tepat untuk mengembangkan usaha *food and beverages company* di bogor berdasarkan analisa SWOT. Mengetahui alternatif strategi yang tepat berdasarkan analisa QSPM. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilaksanakan pada *food and beverage company* di bogor. Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik observasi, kuisisioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah mendapatkan faktor internal dan eksternal kemudian diolah menggunakan matriks SWOT. *Food and beverage company* di bogor berada pada kuadran I yang artinya perusahaan dengan pertumbuhan pasar yang tinggi dan posisi kompetitif yang kuat, pada hasil analisis matriks SWOT dengan analisis model kuantitatif perumusan yang efektif yaitu strategi SO, menggunakan kekuatan (*strength*) untuk memanfaatkan berbagai peluang (*opportunities*) maka implementasi strategi SO adalah mempertahankan harga dan kualitas agar tetap menjadi pilihan konsumen. Menambah outlet lagi dilokasi yang strategis seperti dekat dengan sekolah, pabrik, dan pusat keramaian agar produk lebih dikenal masyarakat. Berdasarkan hasil menggunakan metode QSPM bahwa alternatif strategi yang sesuai dengan kondisi pada saat ini adalah pengembangan produk.

Kata kunci : SWOT, QSPM, Strategi, Pengembangan, Pemasaran.