

## ABSTRAK

Krupuk merupakan jajanan khas kabupaten Mojokerto yang menjadi sumber pendapatan bagi banyak pengusaha, namun di masa pandemi Covid19 terdapat tantangan dari segi pemasaran dan tantangan internal dan eksternal lainnya. Riset ini menggunakan metode deskripsi kualitatif dengan bertujuan untuk menganalisis data secara deskriptif untuk mengelaborasi dampak eksternal dan internal lainnya serta menentukan strategi pemasaran yang dapat diterapkan. Sampel survei ini adalah perusahaan krupuk ikan tenggiri yang ternama di Desa Mojokerto Pulorejo Prajurit Kulon. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara secara terstruktur dan analisis menggunakan matriks SWOT dengan empat alternatif strategi. Hal ini memungkinkan bisnis mendapatkan solusi seperti iklan media sosial dengan konten menarik dan menemukan solusi terperinci untuk memperluas jaringan pengiriman, menjaga hubungan baik dengan pemasok bahan baku. Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal dengan lingkungan external, didapatkan bahwa kekuatan yang paling berpengaruh adalah kualitas produk bebas pengawet, dan kelemahan yang paling berpengaruh adalah desain kemasan yang tidak menarik. Hasil analisis lingkungan eksternal ditetapkan, namun faktor peluang yang paling berpengaruh adalah perkembangan kemajuan teknologi, dan faktor ancaman adalah munculnya pesaing baru. Hasil analisis dengan menggunakan SWOT menunjukkan bahwa posisi krupuk ikan tenggiri berada di kuadran pertama, yakni melalui penerapan strategi pertumbuhan agresif atau growth oriented strength.

**Kata Kunci: IFE, EFE, CPM, Matrik SWOT, IE, dan Matrik QSPM.**

## **ABSTRACT**

Crackers are a typical snack from the Mojokerto district which is a source of income for many entrepreneurs, but during the Covid19 pandemic there were challenges in terms of marketing and other internal and external challenges. This research uses a qualitative description method with the aim of analyzing data descriptively to elaborate on other external and internal impacts and determine marketing strategies that can be applied. The sample for this survey is a well-known mackerel cracker company in the village of Mojokerto Pulorejo, Soldiers of Kulon. The data collection method used is structured interviews and analysis using a SWOT matrix with four alternative strategies. This allows businesses to get solutions such as social media ads with attractive content and find detailed solutions to expand delivery networks, maintain good relationships with raw material suppliers. Based on the results of an analysis of the internal environment and the external environment, it was found that the most influential strength was preservative-free product quality, and the most influential weakness was unattractive packaging design. The results of the analysis of the external environment are determined, but the most influential opportunity factor is the development of technological progress, and the threat factor is the emergence of new competitors. The results of the analysis using SWOT show that the position of mackerel crackers is in the first quadrant, namely through the application of an aggressive growth strategy or growth-oriented strength.

**Keywords: IFE, EFE, CPM, SWOT Matrix, IE, and QSPM Matrix.**