

## ABSTRAK

Strategi untuk menghadapi lingkungan eksternal dapat ditetapkan dengan mengetahui apa yang menjadi ancaman, dan apa yang menjadi peluang bagi perusahaan. Setelah mengetahui lingkungan eksternal yang dihadapi, maka perlu melakukan analisis lingkungan internal untuk mengetahui apa yang menjadi kekuatan, dan apa yang menjadi kelemahan dari perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan strategi pemasaran yang dapat diterapkan di PT Kawan Sejati Akurasi Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) yaitu analisis terhadap lingkungan internal berupa kekuatan dan kelemahan, serta analisis terhadap lingkungan eksternal berupa peluang dan ancaman. Kemudian menggunakan matrix SWOT untuk memformulasi pengambilan keputusan untuk menentukan strategi yang ditempuh berdasarkan logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman perusahaan. Serta agar dapat tetap menghadapi persaingan dengan perusahaan lain dapat menggunakan metode *Blue Ocean Strategy* untuk menciptakan inovasi-inovasi baru agar perusahaan mempunyai nilai lebih. Hasil dari penelitian ini yaitu faktor dan tindakan yang perlu dilakukan untuk mendukung penerapan strategi yang sesuai dengan kondisi PT. Kawan Sejati Akurasi saat ini berdasarkan QSPM dan *Blue Ocean Strategy* adalah mempertahankan citra perusahaan, mempertahankan kualitas dan pelayanan produk, memanfaatkan kemajuan teknologi untuk pemasaran, mengurangi harga jual produk, meningkatkan pemanfaatan teknologi, dan menciptakan atau merekrut tenaga ahli informasi.

Kata kunci : SWOT, QSPM, *Blue Ocean Strategy*, Strategi pemasaran yang dapat diterapkan di PT Kawan Sejati Akurasi Yogyakarta