ABSTRAK

Dibox Distro merupakan salah satu bentuk usaha industri fashion yang berlokasi di Batuphat Timur, Kota Lhokseumawe. Permasalahan yang dihadapi pada usaha ini yaitu strategi bersaing kurang efektif, sehingga mengakibatkan jumlah penjualan tidak stabil bahkan cenderung menurun pada setiap periode. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi faktor *internal* dan *eksternal* serta menentukan strategi pemasaran yang tepat bagi Dibox Distro menggunakan metode SWOT dan QSPM. Metode SWOT digunakan untuk mengetahui posisi strategis serta merumuskan alternatif strateginya, sedangkan metode QSPM digunakan untuk menentukan strategi terbaik dari beberapa alternatif yang telah dirumuskan. Berdasarkan data yang diperoleh melalui observasi serta penyebaran kuesioner kepada konsumen, diperoleh nilai matriks IFAS sebesar 2,928 dan matriks EFAS sebesar 3,441, hasil tersebut menunjukkan bahwa posisi toko berdasarkan matriks SWOT berada pada Kuadran I, yang berarti *grow and build strategy*. Selanjutnya, hasil analisis matriks QSPM menunjukkan bahwa strategi S-O memiliki nilai TAS tertinggi sebesar 5,77, sehingga strategi yang direkomendasikan yaitu adalah mengadakan program promosi pada event hari besar dengan didukung pelayanan yang memuaskan dan suasana belanja yang nyaman. Implementasi strategi ini diharapkan dapat membantu mengatasi permasalahan yang ada serta meningkatkan daya saing Dibox Distro di pasar.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, IFAS, EFAS, SWOT, QSPM