

ABSTRAK

Royald *Petshop* merupakan usaha industri yang bergerak dalam bidang pemeliharaan, perawatan dan penjualan perlengkapan hewan peliharaan. Usaha royal *petshop* sudah berjalan 3 tahun sejak tahun 2020 hingga sekarang. Permasalahan yang dihadapi pada usaha ini adalah strategi bersaing yang belum maksimal sehingga menyebabkan terjadinya penurunan tingkat penjualan sebesar 8,23%. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi bersaing yang diterapkan oleh Royald *Petshop* menggunakan Matriks BCG (*Boston Consulting Group*) dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui posisi Royald *Petshop* dalam kuadran Matriks BCG dan menentukan strategi pemasaran yang tepat berdasarkan analisis QSPM. Metode penelitian yang digunakan adalah observasi langsung ke lapangan dan analisis data penjualan dari tahun 2022 hingga 2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Royald *Petshop* berada dalam kuadran "Dog" pada Matriks BCG dengan tingkat pertumbuhan pasar sebesar 8,23% dan pangsa pasar relatif sebesar 0,7 yang berarti memiliki pangsa pasar rendah dan pertumbuhan pasar lambat. Berdasarkan analisis QSPM, strategi yang direkomendasikan adalah memanfaatkan keunggulan layanan pelanggan dan promosi yang efektif melalui pemasaran online dengan skor TAS sebesar 9,2 berada pada peringkat 1. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan daya saing Royald *Petshop* di pasar hewan peliharaan, dengan menerapkan strategi yang direkomendasikan, Royald *Petshop* diharapkan dapat memperbaiki posisinya di pasar, meningkatkan penjualan, dan bersaing lebih efektif dengan *petshop* lain di Medan.

Kata kunci: SWOT, BCG, QSPM, Persaingan *Petshop*