

ABSTRAK

Sebagai negara kepulauan, Indonesia memiliki sumber daya perikanan yang melimpah dan berperan penting dalam ketahanan pangan serta perekonomian nasional melalui ekspor. Di antara berbagai komoditas bernilai tinggi, rajungan memiliki posisi strategis. PT Guna Citra Kartika merupakan perusahaan pengolahan hasil perikanan yang berfokus pada ekspor produk rajungan kaleng ke pasar Amerika Serikat. PT GCK menghadapi tantangan berupa penurunan volume penjualan aktual produk rajungan kaleng ke pasar Amerika Serikat pada periode April hingga September 2025 di bawah target. Penelitian ini mengidentifikasi bahwa permasalahan terjadi pada pemasaran akibat ketidakselarasan elemen *marketing mix* dalam menghantarkan *value proposition*. Upaya memaksimalkan elemen *Product* melalui jaminan nilai kesegaran memicu keputusan strategis berupa penerapan kebijakan *zero safety stock* pada elemen *Place*. Namun, strategi tersebut justru menciptakan kerentanan fatal pada rantai pasok logistik, sehingga PT GCK sering kali gagal memenuhi komitmen volume *Purchase Order* secara tepat waktu. Dampaknya, kredibilitas merek dan kepercayaan *buyer* menjadi tergerus karena lemahnya reliabilitas pasokan PT GCK. Penelitian ini bertujuan untuk merancang prioritas strategi pemasaran komprehensif guna menyelaraskan keunggulan produk dengan stabilitas pemenuhan rantai pasok menggunakan Matriks SWOT dan Metode QSPM. Hasil pengolahan data merekomendasikan keputusan strategi prioritas yang berfokus pada upaya memanfaatkan diferensiasi kualitas premium dan konsistensi pasokan yang bebas *reject* untuk meningkatkan *bargaining power* terhadap satu *buyer*, sekaligus memitigasi risiko pemutusan kontrak sepihak, guna membangun kembali komitmen jangka panjang bersama *buyer*, meningkatkan daya saing, serta memulihkan volume penjualan aktual produk rajungan kaleng PT GCK di pasar Amerika Serikat secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran; Penjualan; Rajungan; SWOT; QSPM