

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine IFAS and EFAS which would be the strengths, weaknesses, opportunities and threats of Bumdes Karya Mandiri, Balung Kulon Village, Jember Regency. This study uses descriptive research with a qualitative approach, which is a research method used to examine the condition of natural objects. Based on the IE Matrix, the position of Bumdes Karya Mandiri is in quadrant IV. If seen from the asterisk, Bumdes Karya Mandiri occupies the fourth position. From the results of research on alternative corporate strategies that have been obtained, researchers and management discuss to determine the marketing strategy at Bumdes Karya Mandiri that is in accordance with the situation and conditions as well as the objectives of Bumdes Karya Mandiri. Marketing strategies include maintaining sales promotions and developing advertising and interactive marketing with consumers through social media, designing activity programs with the community around Balung Kulon Village and strengthening collaboration between work partners, improving the quality of human resources by involving employees in events seminars and job training, Improving product design and advertising as attractively as possible through social media, in order to increase sales, Holding interesting marketing events to establish relationships with Bumdes Karya Mandiri consumers to be introduced through social media. To find out the description of the company's strategy based on the IFAS and EFAS formulas in the table calculated in the internal and external IE Matrix.

Keywords: Marketing Strategy, IE Matrix, SWOT Matrix.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui IFAS dan EFAS yang akan menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman Bumdes Karya Mandiri Desa Balung Kulon Kabupaten Jember. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu suatu metode penelitian yang digunakan untuk mengkaji kondisi objek alam. Berdasarkan Matriks IE, posisi Bumdes Karya Mandiri berada pada kuadran IV. Jika dilihat dari tanda bintang, Bumdes Karya Mandiri menempati posisi IV. Dari hasil penelitian terhadap alternatif strategi perusahaan yang telah diperoleh, peneliti dan manajemen berdiskusi untuk menentukan strategi pemasaran di Bumdes Karya Mandiri yang sesuai dengan situasi dan kondisi serta tujuan dari Bumdes Karya Mandiri. Strategi pemasaran antara lain Mempertahankan promosi penjualan serta megembangkan iklan dan interaktif marketing dengan konsumen melalui media social, Merancang program-program kegiatan dengan masyarakat sekitar Desa Balung Kulon dan mempererat kerja sama antara mitra kerja, Meningkatkan kualitas SDM dengan mengikut sertakan karyawan ke dalam acara – acara seminar dan pelatihan kerja, Meningkatkan desain produk dan periklanan semenarik mungkin melalui media sosial, guna meningkatkan penjualan, Mengadakan kegiatan event marketing yang menarik untuk menjalin hubungan dengan konsumen Bumdes Karya Mandiri untuk kemudian diperkenalkan melalui media social. Untuk mengetahui gambaran strategi perusahaan berdasarkan rumusan IFAS dan EFAS pada tabel yang dihitung dalam Matriks IE internal dan eksternal.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Matriks IE, Matriks SWOT.