

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, untuk menyusun IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary). Penelitian ini merupakan jenis kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode analisis SWOT yaitu analisis yang mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, kepada Informan Kunci dan Informan Utama Mutiara Mart Rowotengah Jember. Hasil Matrik IE didapatkan posisi Mutiara Mart Rowotengah Jember yaitu berada pada kuadran IV yang bertanda asterisk (3,05:2,6). yang berarti pada strategi stabilitas, strategi yang diterapkan meningkatkan kualitas produk, memepertahankan harga dan ketersediaan produk yang ada, mengembangkan promosi dengan memanfaatkan teknologi yang lebih canggih. Hasil dari Matrik SWOT Mutiara Mart ini mempunyai strategi pertama yaitu strategi S-O dimana strategi ini memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk meraih peluang yang ada pada lingkungan luar, guna memperoleh keuntungan bagi perusahaan, berikut beberapa strateginya, kelengkapan produk tetap dijaga, memanfaatkan lokasi yang strategis untuk membuka cabang serta menarik konsumen, meningkatkan kualitas pelayanan

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Matrik IE, Matrik SWOT

ABSTRACT

The purpose of this research is to know the strengths, weaknesses, opportunities, threats, and effects of IFAD (Internal Factor Analysis Summary) and EFAS (External Factor Analysis Summary). This research is a descriptive qualitative type of SWOT analysis, ie analysis that identifies internal and external factors of the company. Data collection was done through Key Informant Interviews, and the main Informant Pearl Mart Rowotengah Jember. Matric results IE obtained the position of Pearl Mart Jember Row, which is located on quadrant IV are marked with an asterisk (3.05: 2.6). that means the strategy of stability, the strategy that maintains product quality, maintains the price and availability of existing products, develops promotional by using more advanced technology. The results of the SWOT Pearl Mart Matrix have a first strategy, namely the SO where this strategy is that the power of the company to grab opportunities that exist in the external environment, in order to gain an advantage for the company, here are some of its strategies, the completeness of the product remains guarded, utilizing a strategic location, increase quality of service.

Keywords: Marketing Strategy, SWOT Matrix, IE Matrix