

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman serta strategi pemasaran yang digunakan perusahaan UD. Mutiara Rasa Jember saat ini. Data penelitian di analisis dengan menggunakan analisis SWOT, analisis Internal-Eksternal dari perusahaan melalui analisis IFE dan EFE. Analisis IFE mengacu pada kekuatan dan kelemahan perusahaan sedangkan analisis EFE menitikberatkan pada peluang dan ancaman lingkungan. Hasil analisis diperoleh bahwa dari sisi internal diperoleh nilai total IFE sebesar 2,8 sedangkan dari sisi eksternal diperoleh nilai total EFE sebesar 2,903. Hasil analisis Internal-Eksternal perusahaan berada pada level V yaitu jaga dan pertahankan sedangkan dari analisis SWOT maka di dapatkan beberapa alternatif strategi diantaranya: peningkatan pemasaran lebih modern, memaksimalkan produksi produk, penguatan legalitas dan hukum, mengoptimalkan kerja sama dengan penyedia bahan eksternal produk, melaksanakan dan menerapkan sistem aturan dagang dalam usaha, menjaga kualitas produk dan meminimalisir biaya produksi, memberikan SOP kepada sdm internal perusahaan, penyediaan dan penggunaan mesin dan peralatan yang sesuai dengan proses produksi.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, IFE, EFE, Internal-Eksternal, SWOT.



ABSTRACT

This study purpose to find out how the strengths, weaknesses, opportunities, and threats and marketing strategies used by UD. Mutiara Rasa Jember at this time. The research data was analyzed using SWOT analysis, internal-external analysis of the company through IFE and EFE analysis. IFE analysis refers to the strengths and weaknesses of the company while the EFE analysis focuses on environmental opportunities and threats. The results of the analysis show that from the internal side, the total IFE value is 2.8, while from the external side, the total EFE value is 2.903. The results of the Internal-External analysis of the company are at level V which is to maintain and maintain while from the SWOT analysis there are several alternative strategies including: increasing more modern marketing, maximizing product production, strength legality and law, optimizing cooperation with external product providers, implementing a system of trade rules in business, maintaining product quality and minimizing production costs, providing SOPs to the company's internal human resources, providing and using machinery and equipment that are in accordance with the production process.

Keywords: Marketing Strategy, IFE, EFE, Internal-External, SWOT.

