

ABSTRAK

Pemasaran sangat dibutuhkan untuk memberikan layanan terbaik kepada konsumen. Strategi pemasaran yang tepat dan sesuai pada suatu produk akan mudah untuk diterima oleh konsumen sehingga konsumen akan membeli produk yang akan dijual. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi dalam meningkatkan penjualan produk keripik UD Nusa Indah. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Internal Factor Evalution (IFE) dan Eksternal Factor Evaluation (EFE), Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity,Threats) dan matriks SWOT (Strength, Weakness, Opportunity,Threats). Hasil analisis data didapatkan total skor dari masing-masing faktor adalah pada matriks IFE terdapat 9 faktor internal dengan total skor 3,19 sedangkan pada matriks EFE terdapat 6 faktor eksternal dengan total skor 3,00. Berdasarkan hasil analisis strategi pemasaran dengan menggunakan metode SWOT dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran pada UD Nusa Indah berada di posisi agresif. Strategi yang diterapkan oleh UD Nusa Indah adalah strategi S-O (Strenghts-Opportunities) dengan meningkatkan kualitas produk, mempertahankan cabang toko serta harga yang terjangkau dan memperluas pemasaran.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, IFE, EFE, Analisis SWOT, Matriks SWOT

ABSTRACT

Marketing is needed to provide the best service to consumers. The right and appropriate marketing strategy for a product will be easy for consumers to accept so that consumers will buy the product to be sold. The purpose of this research is to find out the strategy to increase sales of UD Nusa Indah's chip products. The analysis used in this research is Internal Factor Evaluation (IFE) and External Factor Evaluation (EFE), SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity, Threats) and SWOT matrix (Strength, Weakness, Opportunity, Threats). The results of data analysis showed that the total score of each factor was that in the IFE matrix there were 9 internal factors with a total score of (3.19) while in the EFE matrix there were 6 external factors with a total score of (3.00). Based on the results of the analysis of marketing strategies using the SWOT method, it can be concluded that the marketing strategy at UD Nusa Indah is in an aggressive position. The strategy implemented by UD Nusa Indah is an S-O (Strenghts-Opportunities) strategy by improving product quality, maintaining store branches and affordable prices and expanding marketing.

Keywords: Marketing strategy, IFE, EFE, Analisis SWOT, Matriks SWOT