

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal untuk mendapatkan skor dari IFE, EFE dan IE. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan PT. Pupuk Indonesia dengan jumlah responden sebanyak 3 orang yang merupakan pihak manajemen. Faktor-faktor lingkungan internal diperoleh dengan berdasarkan kekuatan dan kelemahan. Faktor lingkungan eksternal ditinjau dari demografi, ekonomi, sosial budaya, politik, hukum teknologi dan lingkungan secara makro seperti pelanggan, pemasok dan para pesaing yang dapat memberikan pengaruh kepada pemasaran perusahaan. Pengolahan data menggunakan analisis IFE, EFE dan IE untuk mendapatkan skor rata-rata pada semua responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penguatan *brand* perusahaan dengan memanfaatkan teknologi informasi, media sosial dan marketplace menjadi fokus utama dalam pengembangan pemasaran perusahaan.

Kata kunci: Strategi, IFE, EFE, IE, dan SWOT.