

ABSTRAK

PT Asuransi Sinar Mas merupakan industri yang bergerak dibidang jasa asuransi beralamat di ruko KIG Blok A-10 Gresik merupakan salah satu cabang di Jawa Timur, strategi yang diterapkan saat ini sudah terbilang bagus tetapi pada periode awal tahun 2017 PT Asuransi Sinar Mas Gresik mengalami penurunan penjualan produk jasa asuransinya. Hal ini disebabkan munculnya beberapa perusahaan yang bergerak di bidang yang sama, untuk itu perusahaan dituntut untuk merencanakan strategi pemasaran yang lebih baik lagi.

Penelitian ini di lakukan untuk merumuskan strategi pemasaran sesuai dengan kondisi perusahaan saat ini dengan melihat faktor internal dan eksternal dari perusahaan. Analisis lingkungan internal dan eksternal dapat dijadikan acuan utama untuk melakukan perbaikan strategi pemasaran. Pendekatan yang digunakan adalah analisis SWOT dan didalam nya terdapat beberapa matriks yaitu matriks IFE dan matriks EFE, matriks ini digunakan untuk mencari bobot skor. matriks I-E, matriks ini digunakan untuk mencari divisi sel perusahaan. Dan matriks SWOT digunakan untuk memformulasikan alternative strategi. Penentuan bobot prioritas menggunakan AHP dengan aplikasi expert choice 11. Untuk mengetahui alternatif strategi yang dihasilkan dari Matriks SWOT

Dari penelitian yang dihasilkan , diperoleh bobot skor matriks IFE sebesar 2,550 sedangkan untuk matriks EFE sebesar 2,512. Dari bobot skor yang diperoleh perusahaan bisa melaksanakan strategi mempertahankan dan memelihara . dari formulasi matriks SWOT di dapatkan empat alternatif strategi yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST dan Strategi WT yang akan ditentukan bobot prioritas menggunakan AHP. Dan dari hasil running aplikasi expert choice 11, strategi SO mendapatkan bobot tertinggi dengan skor 0,416. Diharapkan strategi SO bisa meningkatkan volume penjualan jasa asuransi PT Asuransi Sinar Mas.

Kata Kunci : Strategi pemasaran, Analisis SWOT, AHP