

ABSTRAK

PARTY PARTNER adalah usaha yang bergerak dalam penjualan perlengkapan pesta yang terletak di Jl.Bojongsoang no.288 Kota Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk memformulasikan strategi alternatif yang tepat untuk perusahaan, dengan cara menganalisa lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif dengan pendekatan secara kualitatif dan menggunakan pengumpulan data kuisioner yang diuji secara kuantitatif. Dalam penelitian ini terdapat tiga tahap perumusan strategi, tahap pertama adalah *input stage* menggunakan matriks IFE dan EFE, tahap kedua yaitu *matching stage* menggunakan matriks IE dan matriks SWOT dan tahap ketiga yaitu *decision stage* menggunakan matriks QSPM untuk menentukan strategi alternatif yang paling tepat.

Berdasarkan matriks EFE dan EFE yang dipetakan pada matriks IE, PARTY PARTNER berada pada posisi kuadran I dengan titik koordinat (3,016: 3,246). Sehingga pada posisi tersebut strategi yang tepat untuk perusahaan adalah *Grow and Build* dengan tiga pilihan strategi yaitu *market development*, *market penetration* dan *product development*.

Hasil yang diperoleh dari matriks IE di analisa dan diuji menggunakan matriks QSPM. Strategi alternatif yang memperoleh skor tertinggi adalah strategi *market development* dengan nilai TAS (*Total Attractiveness Score*) sebesar 6,786.

Kata Kunci: strategi, EFE, IFE, IE, SWOT, QSPM.