

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi pemasaran Eduplex *Coworking Space* Bandung menggunakan analisis SWOT. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dan lingkungan eksternal (peluang dan ancaman), keadaan Eduplex *Coworking Space* dalam analisis SWOT, dan formulasi strategi pemasaran Eduplex *Coworking Space* Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *nonprobability sampling* jenis *sampling* jenuh, dengan jumlah responden sebanyak 5 orang. Kuesioner disusun dengan menilai tingkat kepentingan dan menilai kondisi saat ini.

Berdasarkan hasil penyusunan SWOT Eduplex *Coworking space* didapatkan 5 kekuatan, 6 kelemahan, 7 peluang dan 7 ancaman. Selanjutnya di lakukan pembobotan, *rating* dan skor pada tahap IFAS dan EFAS menggunakan pembobotan AHP (*analytic hierarki process*), posisi perusahaan berada di kuadran 1 berarti perusahaan memiliki kekuatan kelemahan yang dapat maksimal sehingga sebaiknya perusahaan harus mendukung kebijakan agresif. Sehingga analisis swot menghasilkan empat alternatif kebijakan strategi yaitu SO, ST, WO,WT.

**Kata kunci:** Strategi pemasaran, Analisis SWOT