

## ABSTRAK

Arca Industri merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *furniture*. Hasil pendapatan Arca Industri dari bulan November 2017 hingga Oktober 2018 didapat bahwa ada beberapa bulan yang pendapatan tidak memenuhi target yang telah di tentukan. Oleh sebab itu Arca Industri harus merencanakan strategi baru agar mengalami peningkatan pendapatan sesuai dengan target yang di tentukan. Strategi pemasaran yang dirancang Arca Industri berdasarkan beberapa faktor seperti kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Analisis SWOT digunakan untuk mendapatkan alternatif strategi yang didapat dari faktor internal dan eksternal perusahaan. Data dan informasi penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder, alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*), matriks EFE (*External Factor Evaluation*), matriks IE (*Internal-External*), matriks SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats*), dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Matriks SWOT menghasilkan delapan alternatif strategi yang dapat diimplementasikan oleh Arca Industri. Pengolahan QSPM menghasilkan 3 strategi pemasaran yang dapat diimplementasikan terlebih dahulu, 1. Mengikuti pameran-pameran yang di selenggarakan pada kota-kota besar dengan nilai skor TAS sebesar 6,056, 2. Mempertahankan kondisi sekarang dan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan dengan nilai skor TAS sebesar 5,990, 3. Memasarkan dan mengenalkan produk ke konsumen yang belum mengenal produk dari perusahaan dengan nilai skor TAS sebesar 5,811.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, IFE, EFE, IE, SWOT, QSPM