

## Intisari

Tujuan penelitian ini ialah (1) mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang terkait pemasaran produk olahan coklat CV. nDalem Mulya Mandiri (2) merumuskan dan menetapkan alternatif strategi pemasaran yang sesuai untuk diterapkan oleh perusahaan. Penelitian ini menggunakan seluruh elemen perusahaan dan konsumen sebagai responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah observasi dan wawancara. Berdasarkan hasil analisis matriks diagram SWOT dan diagram IE, CV. nDalem Mulya Mandiri menekankan pada pertimbangan kekuatan faktor internal dan peluang (faktor eksternal) dalam memasarkan produknya. Hasil dari pengurangan faktor kekuatan dan faktor kelemahan diperoleh nilai sumbu X sebesar 0,37 sedangkan untuk pengurangan faktor peluang dan ancaman diperoleh nilai sumbu Y sebesar 0,44. Diagram SWOT menunjukkan letak posisi strategi pemasaran CV. nDalem Mulya Mandiri berada pada kuadran I (SO). Untuk menetapkan alternatif strategi pemasaran perusahaan digunakan Matriks QSP. Berdasarkan Matriks QSP strategi pemasaran yang paling tepat untuk diterapkan oleh perusahaan adalah strategi mempertahankan ciri khas dan kualitas yang telah dimiliki produk untuk meningkatkan loyalitas konsumen serta meningkatkan promosi produk melalui internet.

**Kata kunci:** strategi, coklat, internal & eksternal

### *Abstract*

*This study aims to (1) identify and analyze internal and external environmental factor which is related to marketing strategy of processed chocolate product of CV. nDalem Mulya Mandiri, and (2) to formulate and establishing alternative marketing strategies appropriate to the company. This study used component person of the company and consumer as the respondents. Observation and interviews methods were applied on data collection. IFE and EFE matrix, IE matrix, and SWOT analysis were used to analyze internal and external environmental factors which were related to product marketing strategy. Based on the result of the SWOT analysis chart and diagrams IE, CV. nDalem Mulya Mandiri focused on strengths internal factor and opportunities (external factor) in marketing the product. Result of the subtraction the strengths and weaknesses fraction obtained internal factors (x-axis) value of 0,37, while the subtraction for yhe opportunities and threats factor of the y-axis value obtained by 0,44. SWOT diagram showing the position of CV. nDalem Mulya Mandiri marketing strategy is in quadrant I (SO). QSP Matrix is used to establishing the company alternative marketing strategies. Based on the QSP matrix result, the most appropriate marketing strategy for the company is the strategy to maintain the characteristic and quality of the product to increase the consumer loyalty and to increase the promotion of the product through the internet.*

**Keywords:** *strategy, chocolate, internal & external*