

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang sesuai bagi PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Tangerang Isiyana. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara dan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan konsep Fred R. David melalui 3 tahap perumusan strategis yaitu *input stage*, *matching stage* dan *decision stage*. Pada *input stage* menggunakan *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE). Tahap selanjutnya menggunakan Matriks SWOT dan *Internal-External* (IE) *Matrix*. Pada tahap akhir menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Berdasarkan hasil *input stage* IFE dan EFE, dapat diketahui total nilai untuk IFE adalah sebesar 3,3 sedangkan EFE adalah 3,2. Dari hasil analisis Matrix SPACE sendiri diketahui posisi perusahaan sendiri berada pada kuadrat I (Agresif) dengan titik koordinat 4 ; 3,33. Sehingga PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Tangerang Isiyana harus memanfaatkan kekuatan dan peluang yang sudah di analisis untuk dapat mengembangkan perusahaan. Pada *matching stage* menggunakan Matriks SWOT didapat beberapa kemungkinan alternatif strategi dengan cara menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan, menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman dan meminimalisasikan kelemahan dan menghindari ancaman. Pada matriks Internal Eksternal (IE) diketahui PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Tangerang Isiyana berada pada posisi tumbuh dan dibangun, strategi yang cocok pada posisi ini adalah strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan pasar, dan strategi pengembangan produk. Pada *decision stage* dari hasil QSPM dapat diperoleh alternatif strategi utama yaitu strategi pengembangan pasar dengan Total Nilai Daya Tarik (TAS) sebesar (4,04).

**Kata kunci :** Analisis SWOT, EFE, IFE, Manuife, QSPM

## **ABSTRAC**

*The purpose of this research is to find the appropriate of marketing strategy for PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Tangerang Isiyana. This research collects data using interviews and questionnaire. The data analysis technique is that of Fred R. David's concept consisting the three levels of strategic formulation of input stage, matching stage and decision stage. On the level of input stage, the Internal Factor Evaluation (IFE). Matrix and the External Factor Evaluation (EFE). Matrix are used. On the next level, the SWOT Matrix and Internal-External (IE) Matrix are used. On the last level, the Quantitative Strategic Planning Matrix is used. Based on the results of IFE and EFE, it can be found that the total summary for IFE is 3,3 while for EFE is 3,2. Matrix SPACE analysis showed the company's own position is in the squared I (aggressive) coordinate point 4; 3,33. So PT. asuransi Jiwa Manulife Indonesia Cabang Tangerang Isiyana we must harness the powers and opportunities analysed to be able to grow a company. On the level of matching stage using the SWOT matrix, there are a few alternative strategy possibilities of using strengths to seize opportunities, using opportunities to handle weaknesses, using strengths to avoid threats and to minimize the weaknesses. Based on the Internal External matrix (IE) it is found that PT. Waringin Puspanusa Lestari is at the level of growth and establishment. The appropriate strategy on this position is the market penetration, market development and product development strategies. Based on the result of QSPM, the companies decision stage should employ the main alternative strategy, which is the market development strategy with the total amount of interest (TAS) is (4,04).*

**Keywords:** *SWOT Analysis, EFE, IFE, Manulife, QSPM*