

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) LAMPUNG TIMUR**

**Oleh**

Tri Mardiono, NPM.18710006. Strategi Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Lampung Timur. Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Metro, Pembimbing (1). Dr. Bambang Suhada. S.E, M.Si, (2). Dr. Afdal Mazni. S.E, M.M.

Persaingan antar Perguruan Tinggi mengharuskan STIE Lampung Timur memiliki strategi pemasaran yang baik dan tepat agar tetap mampu bersaing dengan Perguruan Tinggi lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk (1) menganalisis kondisi lingkungan internal dan eksternal STIE Lampung Timur, (2) mengetahui posisi persaingan STIE Lampung Timur, (3) mengetahui alternatif strategi pemasaran seperti apa yang dapat dipilih oleh STIE Lampung Timur dalam memasarkan produknya, (4) mengetahui strategi pemasaran yang paling tepat digunakan oleh STIE Lampung Timur dalam memasarkan produknya. Metode analisis menggunakan SWOT dan AHP. Hasil dari analisis SWOT menunjukkan STIE Lampung Timur berada pada posisi tumbuh dan berkembang dengan strategi pemasaran yang tepat adalah strategi pengembangan pasar (*market development strategy*). Dari analisis menggunakan AHP diperoleh alternatif strategi terpilih yakni strategi pengembangan pasar (*market development strategy*) dengan nilai PV (0,380). Dengan begitu strategi pemasaran yang tepat bagi STIE Lampung Timur yaitu strategi pengembangan pasar (*Market Development Strategy*).

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, AHP.

## **ABSTRACT**

### **MARKETING STRATEGY COLLEGE OF ECONOMIC SCIENCE OF EAST LAMPUNG**

By

*Tri Mardiono, NPM. 18710006. The Marketing Strategy College of Economics Science of the East Lampung. Master of Management. Study Program Postgraduate Program. University of Muhammadiyah Metro, Supervisor (1). Dr. Bambang Suhada. S.E, M.Sc, (2). Dr. Afdal Mazni. S.E, M.M.*

*STIE East Lampung has a good and appropriate marketing strategy to be able to compete with other tertiary institutions. The purpose of this study is to (1) Analyze the internal and external environmental conditions of College of Economics Science of the East Lampung, (2) Know the competitive position of College of Economics Science of the East Lampung, (3) Find alternative marketing strategies such as what College of Economics Science of the East Lampung can choose to market their products, (4 ) learn the most appropriate marketing strategies used by College of Economics Science of the East Lampung in marketing their products. The analysis method uses SWOT and AHP. The results of the SWOT analysis show College of Economics Science of the East Lampung in the position of growth and development with the right marketing strategy is the market development strateg. From the analysis using AHP obtained an alternative strategy chosen is the market development strategy with a PV value (0.380). That way the right marketing strategy for College of Economics Science of the East Lampung is the market development strategy.*

*Keywords: Marketing Strategy, SWOT Analysis, AHP.*