

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel-variabel yang menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), serta ancaman (*threat*) yang akan dihadapi oleh Toko Online "Bakul Nomor" dalam bidang *e-commerce* dan menentukan strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh Toko Online "Bakul Nomor".

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 5 dari *internal* perusahaan dimana para responden adalah para karyawan dan 15 dari *eksternal* perusahaan yaitu para konsumen. Penelitian ini dilaksanakan dengan periode waktu penelitian adalah bulan September sampai dengan Oktober 2016. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT, matriks IFE EFE, matriks *Internal-Eksternal*, dan matriks SWOT.

Hasil analisis data menunjukkan klasifikasi pada tabel IFE dan EFE diketahui bahwa skor untuk faktor strategis *internal* sebesar 2,47. Sedangkan skor total untuk faktor *eksternal* sebesar 2,74. Dalam matriks *Internal-Eksternal* (*IE Matrix*) didapatkan posisi Toko Online "Bakul Nomor" yaitu berada pada *kuadran V* yang bertanda *asterix* (2,74:2,47). Dalam *kuadran V* ini berarti bahwa Toko Online "Bakul Nomor" seharusnya menerapkan strategi stabilitas.

Berdasarkan hasil dapat disimpulkan bahwa Toko Online "Bakul Nomor" penetapan strategi yang diterapkan adalah differensiasi (*Differentiation*), pengembangan pasar (*Market Development*), pengembangan produk (*Product Development*) dan penetrasi pasar.

Kata kunci: Analisis SWOT, Strategi Bersaing.