

ABSTRAK

Wulan Sekar Ayu

Analisa SWOT Sebagai Landasan Menentukan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan IMQ Jakarta

ix + 109 Halaman + 7 Lampiran

Buku : 18 acuan (2005 -2009)

Di era persaingan global yang semakin ketat saat ini, menuntut setiap perusahaan untuk dapat mengikuti perubahan di bidang pemasaran sesuai dengan kondisi pasar. Dalam menjalankan kegiatan operasional suatu perusahaan, maka hal yang paling mendasar untuk diperhatikan adalah analisis lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dan juga analisis lingkungan eksternal (peluang dan ancaman). Apabila sudah menganalisis lingkungan ini maka pengambilan strategi akan lebih mudah untuk dilakukan. Dalam hal ini manajemen IMQ dapat menciptakan kebijakan-kebijakan yang dapat menunjang kelancaran usaha terutama dalam pengambilan keputusan strategisnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisa SWOT sebagai landasan menentukan strategi pemasaran IMQ. Konsep yang digunakan untuk membahas strategi pemasaran mengacu pada Analisa SWOT yang ditemukan Kotler dalam menyiapkan, membuat perencanaan pemasarannya dan mengevaluasi strategi pemasaran.

Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran dari suatu gejala sosial tertentu secara sistematis, faktual dan cermat. Metode penelitian ini adalah studi kasus yaitu salah satu metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang secara umum pertanyaan penelitiannya berkenaan dengan “*how*” atau “*why*”. Metode pengumpulan data dilakukan dengan *in depth interview* terhadap dua orang informan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil penelitian yang diperoleh oleh penulis terhadap beberapa *key informan*, maka diketahui bahwa strategi yang dilakukan oleh perusahaan IMQ dengan menggunakan analisis SWOT sudah cukup terstruktur. Dan menyikapi langkah – langkah yang telah disusun diatas dalam menentukan strategi pemasaran pada perusahaan IMQ, maka untuk faktor internal dan eksternal hasilnya akan dirangkum dengan menggunakan metode matriks EFE untuk faktor eksternalnya dan matriks IFE untuk faktor internalnya.

Penulis menyarankan agar memaksimalkan semua program strategi pemasaran sehingga maksud dari kegiatan pemasaran ini dapat tercapai, termasuk menambah tenaga kerja dan memperhatikan lagi masalah modal atau dana untuk pengembangan usaha dan teknologi. Serta berupaya untuk mengikuti perkembangan teknologi informasi yang ada untuk mengatasi masalah *upgrade data*.

Kata kunci : analisa SWOT, strategi pemasaran.

ABSTRACT

Wulan Sekar Ayu

SWOT analysis as the basis for determining the marketing strategy of the company IMQ jakarta.

ix + 109 Pages + 7 Additions

Bibliography : 18 References (2005 -2009)

In an era of global competition increasingly fierce current, requires every company to be able to keep up with changes in the field of marketing in accordance with market conditions. In carrying out operations of a company, then the most fundamental thing to note is the analysis of the internal environment (strengths and weaknesses) as well as analysis of external environment (opportunities and threats). If this environment is to analyze the decision strategy will be easier to do. In this case manajemen IMQ can create policies that can support the smooth running of business, especially in strategic decision making.

This study aims to determine the SWOT analysis as the basis for determining the marketing strategy IMQ. Concepts used to discuss marketing strategy refers to the SWOT Analysis found Kotler in preparing, making the marketing plan and evaluate marketing strategies.

This type of study is a qualitative descriptive approach that aims to provide an overview of a particular social phenomenon in a systematic, factual and accurate. This research method is case study is one of the research methods of social sciences in general research question regarding the "how" or "why". Methods of data collection is done by in depth interviews with two informants.

The results showed that the research results obtained by the author of several key informants, it is known that the strategy undertaken by the company using SWOT analysis IMQ already structured enough. And addressing the steps that have been prepared above in determining the company's marketing strategy IMQ, then for internal and external factors results will be summarized using the EFE matrix method for external factors and internal factors for the IFE matrix.

The author suggests that marketing strategies to maximize all programs so that the purpose of these marketing activities can be achieved, including adding more labor and attention to the problem of capital or funds for business development and technology. As well as trying to keep abreast of existing information technology to address the problem of upgrading the data.

Keywords: SWOT analysis, marketing strategy.