ABSTRAK

Victor Benedict Doloksaribu
Analisis Strategi Pemasaran PT.Radio Elshinta

XII+ 77 halaman + 13 Lampiran
Buku: acuan (2005-2009)

Di era persaingan global yang sangat ketat saat ini, menuntut setiap perusahaan untuk dapat mengikuti perubahan di bidang pemasaran sesuai dengan kondisi pasar. Dalam menjalankan kegiatan operasional 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.

Penelitian ini bertujuan untuk Bagaimana Strategi Pemasaran PT.Radio Elshinta? Konsep yang digunakan untuk membahas strategi pemasaran mengacu pada analisis SWOT yang ditemukan oleh 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*” dan “*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 Radio Elshinta 90 FM dengan menggunakan analisis SWOT sudah cukup terstruktur. Dan menyikapi langkah-langkah yang disusun diatas dalam menentukan strategi pemasaran pada perusahaan Radio Elshinta 90 FM, 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 strategi pemasaran sehingga maksud dari kegiatan pemasaran ini dapat tercapai, termasuk melakukan pendekatan personal kepada pihak-pihak atau perusahaan yang akan memasang iklan di Radio Elshinta 90 FM.

Kata kunci: analisa SWOT, strategi pemasaran.