

ABSTRACT

MARKETING STRATEGY ANALYSIS SERVICE LAUNDRY AND DRY CLEANING IN CV. Specta MATARY TOUCH WITH SWOT ANALYSIS

This study aims to: 1) Determine the internal factors (strengths and weaknesses) of the company as consideration determine the policy of the company. 2) Determine the external factors (opportunities and threats) of the company as a consideration in determining the marketing strategy forward. 3) Determine the policy of a marketing strategy based on SWOT analysis.

Validity test is done with the technique of Pearson Product Moment correlation, while the reliability test used Cronbach alpha formula. To determine the marketing strategy is done by using SWOT analysis.

The results showed that the internal conditions of business laundry and dry cleaning services CV.Specta Matary Touch has a value of 3.01 which means the power of a good company with a Likert scale assessment. While on the external conditions of business services, laundry and dry cleaning CV.Specta Matary Touch has a value of 3.44 which means high value opportunities with Likert Scale assessment. Freelance work system applied effort laundry and dry cleaning services CV.Specta Touch Matary effective with demonstrated weight value 0,049 items that can be interpreted these points have the lowest level of threat compared to other threats. Position effort laundry and dry cleaning services CV.Specta Matary Touch is currently in a growth phase. These results demonstrated the internal and external SWOT matrix that shows the state of the company is in cell 1. The right strategies are applied effort laundry and dry cleaning services CV.Specta Matary today is SO strategy (Strength Opportunities).

Keywords: SWOT Analysis, Marketing Strategy, Marketing mix.

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA JASA LAUNDRY DAN DRY CLEANING PADA CV. SPECTA MATARY TOUCH DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui faktor internal (kekuatan dan kelemahan) perusahaan sebagai pertimbangan menentukan kebijakan perusahaan. 2) Mengetahui faktor eksternal (peluang dan ancaman) perusahaan sebagai pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran kedepan. 3) Menentukan kebijakan strategi pemasaran berdasarkan pada analisis SWOT.

Uji validitas dilakukan dengan teknik korelasi *Product Moment* dari Pearson, sedangkan uji reliabilitas digunakan rumus *Alpha Cronbach*. Untuk mengetahui strategi pemasaran dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi internal usaha jasa laundry dan dry cleaning CV.Specta Matary Touch memiliki nilai 3,01 yang dapat diartikan kekuatan perusahaan baik dengan penilaian skala *likert*. Sedangkan pada kondisi eksternal usaha jasa laundry dan dry cleaning CV.Specta Matary Touch memiliki nilai 3,44 yang dapat diartikan nilai peluang tinggi dengan penilaian skala *likert*. Sistem kerja *freelance* yang diterapkan usaha jasa laundry dan dry cleaning CV.Specta Matary Touch efektif dengan ditunjukkan nilai bobot item 0,049 yang dapat diartikan poin tersebut memiliki tingkat ancaman paling rendah dibandingkan ancaman lainnya. Posisi usaha jasa laundry dan dry cleaning CV.Specta Matary Touch saat ini berada pada fase pertumbuhan usaha. Hasil ini dibuktikan pada matriks internal dan eksternal SWOT yang menunjukkan keadaan perusahaan berada pada sel 1. Strategi yang tepat diterapkan usaha jasa laundry dan dry cleaning CV.Specta Matary saat ini adalah dengan strategi SO (*Strength Opportunities*).

Kata kunci: Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Bauran pemasaran