

ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN BAURAN PEMASARAN PADA RM. ISMI KABANJAHE”

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Analisis SWOT dalam menentukan Bauran Pemasaran Pada RM. Aceh Ismi Kabanjahe” yang diteliti pada bulan Oktober 2018 sampai dengan Juni 2019. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis SWOT serta bauran pemasaran yang tepat pada RM. Aceh Ismi kabanjahe. Dengan adanya analisis SWOT maka akan mempermudah untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat.

Pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah sampel jenuh yaitu semua populasi dijadikan sebagai sampel. Respondennya sebanyak 26 orang yang terdiri dari pemilik dan 25 karyawan. Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang digambarkan dengan kata-kata sesuai dengan pendapat responden, apa adanya sesuai dengan pertanyaan peneliti, kemudian dari jawaban tersebut, akan dianalisis dan disimpulkan melalui analisis SWOT.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa dari hasil matrik EFAS memiliki jumlah sebesar 3,22 dan matrik IFAS memiliki jumlah sebesar 2,93, strategi yang digunakan sudah baik dikarenakan parameter pada pemberian nilai 4,00 (sangat penting) sampai dengan 1,00 (tidak penting). Akan tetapi RM. Aceh Ismi Kabanjahe tetap memiliki kekurangan yang harus diperbaiki dengan menggunakan strategi agresif dengan cara tetap mempertahankan kekuatan dan peluang yang ada serta menggunakan strategi SO dan WO agar usaha yang dijalankan tetap berjalan dan maju.

Kata Kunci : Analisis SWOT, Bauran Pemasaran

“SWOT analysis in determining the marketing mix on RM. Aceh Ismi Kabanjahe”

ABSTRACT

The research entitle “ SWOT analysis in determining the marketing mix on RM. Aceh Ismi Kabanjahe” which was examined in October 2018 to June 2019. The research was conducted aimed at knowing and analyze the SWOT and the right marketing on RM. Aceh Ismi Kabanjahe. with the SWOT analysis, it will be easier to determinine te right marketing strategy.

In this study the samples used were saturated samples, ie all populations were taken as samples. The respondents are 26 people consisting of owners 25 employees. The type of research used is qualitative descriptive research. Qualitative descriptive research is a study that is describedkin words according to the opinions of respondents, it is in accordance with me researcher’s questions, then the answers will be analyzed and concluded through SWOT analysis.

The results of the late research show that from the results of the EFAS matrix, the number is 3,22 dan IFAS matrix has an amount of 2,93, the strategy used is already good because of the parameters at the value of 4,00 (very important) up to 1,00 (not important). But RM. Aceh Ismi Kabanjahe still has shortcomings that must be corrected by using aggressive strategies in a way to maintain the strenghts and opportunities that exist as well as using the SO and WO strategies so that the business that is run continues and progresses.

Keywords : SWOT Analysis, Marketing Mix.