

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul Strategi Pemasaran Melalui Analisis SWOT Pada Perusahaan Kopi Lokal PT. Berontoseno Kediri. Bertujuan untuk mengidentifikasi Kekuatan, Kelemahan dan Kesempatan, ancaman yang dimiliki oleh perusahaan dan untuk mencari strategi pemasaran yang relevan yang digunakan oleh PT. Berontoseno Kediri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan objek penelitian penerapan strategi pemasaran perusahaan, dengan menggunakan analisis SWOT yaitu menganalisis strategi SO (Strength-Opportunity), ST (Strength-Weakness), WO (Weakness-Opportunity), WT (Weakness-Threat).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor-faktor lingkungan internal yang mempengaruhi strategi pemasaran PT. Berontoseno Kediri adalah kualitas kopi bubuk yang baik, harga produk yang lebih murah dibandingkan produk pesaing, posisi usaha yang masih melakukan kegiatan secara mandiri dengan peralatan sederhana, dan juga dikarenakan jumlah modal perusahaan yang terbatas. Faktor-faktor lingkungan eksternal yang mempengaruhi adalah ketersediaan bahan baku yang cukup, kebutuhan masyarakat akan konsumsi minuman berupa kopi, persaingan dengan perusahaan yang sejenis, serta semakin meningkatnya produk substitusi. Hasil analisis SWOT menghasilkan delapan alternatif strategi yang perlu dilakukan oleh PT. Berontoseno Kediri, yaitu mengembangkan jaringan pemasaran, meningkatkan kualitas layanan kepada para pelanggan, memperkuat kerjasama dengan instansi pemerintahan, meningkatkan kualitas SDM dengan pelatihan, meningkatkan kegiatan promosi dan periklanan, menetapkan harga untuk menghadapi persaingan, meningkatkan penggunaan teknologi, serta menekan segala kemungkinan adanya kebocoran biaya operasional.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, SWOT

ABSTRACT

Research entitled Marketing Strategy Through SWOT Analysis At Local Coffee Company PT. Berontoseno Kediri. Aims to identify Strengths, Weaknesses and Opportunities, threats owned by the company and to find relevant marketing strategies used by PT. Berontoseno Kediri.

This research uses quantitative approach, with object of research application of company marketing strategy, by using SWOT analysis that is analyzing strategy of SO (Strength-Opportunity), ST (Strength-Weakness), WO (Weakness-Opportunity), WT (Weakness-Threat).

The results showed that the internal environment factors that influence the marketing strategy of PT. Berontoseno Kediri is a good quality powdered coffee, cheaper product price than competing products, business position that still perform activities independently with simple equipment, and also due to limited amount of company capital. External environmental factors that influence is the availability of adequate raw materials, the community needs to drink consumption in the form of coffee, competition with similar companies, as well as the increasing product substitution. The result of SWOT analysis yield eight alternative strategies that need to be done by PT. Berontoseno Kediri, developing a network of marketing, improving the quality of service to customers, strengthening cooperation with government agencies, improving the quality of human resources by training, increasing promotional and advertising activities, setting prices to face competition, increasing the use of technology, and suppressing any possibility of leakage costs operational.

Keywords: Marketing Strategy, SWOT