

PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PERUSAHAAN MEUBEL UD. SETIA ANTIQUES DI SITUBONDO

 Oleh: Norma Andriyana (02610225)

Management

Dibuat: 2007-04-03 , dengan 3 file(s).

Keywords: Strength, Weakness, Opportunity, Threat, Marketing Strategy, UD Setia Antiques

Jika dikaitkan dengan terjadinya jumlah penurunan penjualan maka strategi yang dilakukan tersebut perlu diadakan perubahan (inovasi) untuk mengikuti perkembangan yang terjadi saat ini dan perlu kiranya pimpinan perusahaan untuk membuat rumusan strategi pemasaran, jadi berdasarkan pertimbangan diatas, maka mendorong penulis untuk mengadakan penelitian dengan “Perumusan Strategi Pemasaran Dalam usaha meningkatkan Volume penjualan Pada Perusahaan Meubel UD. Setia Antiques di Situbondo”.

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah merupakan sasaran yang hendak dicapai dari penulis dalam melaksanakan penelitian yaitu: untuk Merumuskan Strategi Pemasaran pada Perusahaan Meubel UD. Setia Antiques Agar Penjualan dapat Meningkatkan.

Meubel UD. Setia Antiques Situbondo memiliki peluang yang dapat dimanfaatkan antara lain Pertumbuhan ekonomi situbondo, Pendapatan perkapita kabupaten situbondo, Demografi (jumlah penduduk), perkembangan orang menikah Peraturan Pemerintah, Teknologi, dan Pemasok. Serta ancaman yang dihadapi berupa inflasi dan pesaing. Sedangkan kekuatan yang dimiliki oleh meubel UD. Setia Antiques adalah Bentuk model, Harga, pemberian diskon Transportasi, dan Saluran distribusi. Serta kelemahan dari meubel UD. Setia Antiques adalah promosi, dan pelayanan.

Berdasarkan hasil analisis SWOT berdasarkan faktor eksternal (EFAS) berupa peluang dan ancaman dan faktor internal (IFAS) berupa kekuatan dan kelemahan meubel UD. Setia Antiques setelah dianalisis diperoleh hasil EFAS 2,65 yang artinya faktor eksternal mempunyai pengaruh sedang terhadap faktor strategis perusahaan UD. Setia Antiques Situbondo. Sedangkan pada matrik IFAS diperoleh nilai skor IFAS adalah 2,85 yang artinya faktor internal mempunyai pengaruh yang sedang terhadap faktor strategis perusahaan UD. Setia Antiques Situbondo.

Posisi meubel UD. Setia Antiques dalam diagram SWOT berada pada posisi strategi agresif. Dimana pada kuadran ini meubel UD. Setia Antiques berada pada posisi yang sangat menguntungkan. Meubel memiliki peluang dan kekuatan sehingga dengan kekuatan yang dimiliki dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Pada matrik SWOT yang lebih diprioritaskan adalah strategi yang dominan yaitu strategi SO dengan nilai 4,25 lebih besar jika dibandingkan dengan strategi yang lainnya.

Dalam menghadapi persaingan strategi yang digunakan adalah strategi SO yang mendukung strategi agresif. Meubel UD. Setia Antiques memanfaatkan seluruh

kekuatan yang dimiliki oleh meubel untuk membuat dan memanfaatkan peluang yang semaksimal mungkin.

Keywords: Strength, Weakness, Opportunity, Threat, Marketing Strategy, UD Setia Antiques

If related to the amount of sales decline, the strategy made it necessary to hold the change (innovation) to follow current developments and the company leadership is necessary to make the formulation of marketing strategy, so based on the considerations above, then encourage authors to conduct research with the "Strategy Formulation

Marketing In an effort to increase sales volume in Company

UD furniture. Faithful Antiques in Situbondo faithful. "

The purpose of this research is a goal that would be achieved from the author in conducting the study are: to formulate Strategic Marketing at UD Furniture Company. Faithful Antiques For Sale can be increased.

UD furniture. Faithful Antiques Situbondo have opportunities to utilize include Situbondo economic growth, per capita income Situbondo, Demographics (population), the development of people get married Government Regulation, Technology, and Suppliers. And threats facing a inflation and competitors. While the strength of furniture owned by UD. Faithful Antiques is a form of models, prices, discounts Transport, and Channels distribution. And weaknesses of furniture UD. Faithful Antiques is promotion, and service.

Based on the results of the SWOT analysis based on external factors (EFAS) form opportunities and threats and internal factors (IFAs) in the form of strength and weakness UD furniture. Faithful Antiques after analyzed the results obtained with the meaning EFAS 2.65 external factors have an influence is on the company's strategic factors

UD. Faithful Antiques Situbondo. While on the matrix score values obtained IFAs IFAs is 2.85 which means that internal factors have influenced current against strategic factor UD company. Faithful Antiques Situbondo.

Position furniture UD. Antiques in the diagram SWOT faithful are in a position aggressive strategy. Where in this quadrant furniture UD. Antiques loyal are on a very advantageous position. Furniture has the opportunity and strength so that with the power that can take advantage of existing opportunities.

At a higher priority SWOT matrix is a dominant strategy that is SO strategy with a value of 4.25 higher compared with the strategy other.

In the face of competitive strategy is a strategy used SO which supports an aggressive strategy. UD furniture. Faithful Antiques utilize all power held by the furniture to create and exploit opportunities maximum extent possible.