

## **IDENTIFIKASI STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE ANALISA SWOT DI PT. NIPPON INDOSARI CORPINDO, TBK**

---

### **INTISARI**

Oleh:

Vionna Justicia Oktaria<sup>1</sup>, Didik Purwadi<sup>2</sup>, Ibnu Wahid Fakhruddin Aziz<sup>3</sup>

PT. Nippon Indosari Corpindo, Tbk merupakan salah satu perusahaan terbesar di Indonesia yang bergerak pada bidang pangan khususnya di industri roti dengan merek dagang Sari Roti. Masa kadaluwarsa roti yang singkat dan roti tidak dalam keadaan hangat membuat kompetitor yang sejenis masuk dengan mudah untuk bersaing dalam industri roti. Hal ini membuat perusahaan harus menerapkan strategi pemasaran yang baik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan dalam mengatasi ancaman dari kompetitornya serta mengetahui posisi tingkat pertumbuhan Sari Roti di Industri roti. Perumusan strategi pemasaran didasarkan pada analisis yang menyeluruh terhadap pengaruh faktor-faktor internal (kekuatan-kelemahan) dan eksternal (peluang-ancaman) perusahaan.

Penelitian ini disusun menggunakan metode diskusi wawancara dengan melibatkan lima orang narasumber. Kekuatan yang dimiliki oleh Sari Roti lebih banyak dan dominan lebih kuat dibandingkan dengan kelemahannya, sehingga strategi pemasaran yang digunakan adalah Strategi Kekuatan-Peluang. Strategi yang harus dilakukan adalah dengan meningkatkan produksi skala besar, pemanfaatan pangsa pasar untuk dapat bersaing, diversifikasi produk dengan, dan memenuhi permintaan konsumen.

**Kata Kunci:** Pemasaran, Strategi Pemasaran, Analisa SWOT, PT. Nippon Indosari Corpindo, Tbk

## **IDENTIFICATION OF MARKETING STRATEGIES USING SWOT ANALYSIS IN PT . NIPPON INDOSARI CORPINDO, TBK**

---

### **ABSTRACT**

By:

Vionna Justicia Oktaria<sup>1</sup>, Didik Purwadi<sup>2</sup>, Ibnu Wahid Fakhruddin Aziz<sup>3</sup>

PT. Nippon Indosari Corpindo, Tbk is one of the largest companies in Indonesia engaged in the food sector, especially in the bakery industry under the brand name Sari Roti. A short shelf-life of bread and bread in warm create similar competitor fit easily to compete in the bakery industry. This makes the company must implement a good marketing strategy.

This study aims to identify marketing strategies used by companies in addressing the threat from competitors and to know the position of the growth rate in the industry Sari Roti bread. Formulation of a marketing strategy based on a thorough analysis of the influence of internal factors (strengths-weaknesses) and external (opportunities-threats) company.

This study was prepared using the method of discussion involves five interviews with resource persons. The power possessed by Sari Roti more dominant and more powerful than the weaknesses, so that the marketing strategy used was Strengths-Opportunities Strategy. Strategies that should be done is to increase large-scale production, utilization of market share to be competitive, diversified products and meet consumer demand.

**Keywords :** Marketing , Marketing Strategy , SWOT Analysis , PT . Nippon Indosari Corpindo , Tbk