

ABSTRAK

PENYUSUNAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DI ALMAIRA BAKERY YOGYAKARTA

Erica Mutiara Dewi¹, Novita Erma Kristanti², Ika Restu Revulaningtyas³

Hal yang melatarbelakangi dalam penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi pemasaran yang diterapkan oleh Almaira Bakery dengan menggunakan dua metode yaitu matriks BCG dan metode SWOT. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui segmentasi konsumen terhadap roti manis Almaira Bakery, dan memperbaiki strategi yang dinilai kurang memberikan keuntungan bagi usaha Almaira Bakery ini sehingga Almaira Bakery bisa mendapatkan strategi pemasaran yang baik.

Bentuk penelitian ini menggunakan metode wawancara dan penyebaran borang kuesioner, objek penelitiannya yaitu roti manis, dan subjeknya menggunakan sampel acak. Metode analisis data yang digunakan adalah matriks BCG dan analisis SWOT dengan menganalisis validitas dan reliabilitas sampel subjek, menganalisis posisi pangsa pasar Almaira Bakery, mengolah rancangan strategi pemasaran, dan mengidentifikasi rancangan strategi pemasaran. Sehingga dari opsi-opsi tersebut peneliti bisa melakukan perencanaan mana yang akan direkomendasikan untuk industri terutama yang paling menguntungkan.

Dari hasil analisis dan penelitian ini penulis menetapkan strategi pemasaran dengan strategi *Weakness Opportunity-Weakness Threat* yang dipilih. Hal ini karena hasil analisis matriks BCG menempatkan Almaira Bakery pada kuadran *Question Marks* yang menyatakan Almaira Bakery masih dapat dikembangkan menjadi usaha yang lebih menguntungkan. Untuk strategi yang harus diperbaiki adalah pada strategi lokasi dan strategi promosinya, karena pada strategi tersebut sebagian subjek tidak terlalu setuju dengan strategi yang sudah dilakukan sehingga perlu ada perbaikan.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, *Marketing Mix*, Matriks BCG, analisis SWOT

1. Mahasiswa Diploma III Agroindustri, Universitas Gadjah Mada
2. Staff Pengajar Diploma III Agroindustri, Universitas Gadjah Mada
3. Staff Pengajar Diploma III Agroindustri, Unviersitas Gadjah Mada

ABSTRACT

DEVELOPMENT OF MARKETING STRATEGY USING SWOT

METHOD IN ALMAIRA BAKERY YOGYAKARTA

Erica Mutiara Dewi¹, Novita Erma Kristanti², Ika Restu Revulaningtyas³

The background of this research is to identify the marketing strategy applied by Almaira Bakery by using two methods namely BCG matrix and SWOT method. The purpose of this research is to know the segmentation of consumer to the sweet bread of Almaira Bakery, and to improve the strategy that is considered less profit for Almaira Bakery business so Almaira Bakery can get a good marketing strategy.

The form of this research using interviews and distribution of questionnaires, the object of research is sweet bread, and subjects using random samples. Data analysis methods used are BCG matrix and SWOT analysis by analyzing the validity and reliability of subject samples, analyzing market position of Almaira Bakery, designing marketing strategy design, and identifying marketing strategy design. So from these options researchers can do which planning will be recommended for the industry especially the most profitable.

From the results of this analysis and research the authors define the marketing strategy with Weakness Opportunity-Weakness Threat strategy selected. This is because the result of BCG matrix analysis puts Almaira Bakery in Question Marks quadrant which states Almaira Bakery can still be developed into a more profitable business. For the strategy to be improved is on the location strategy and promotion strategy, because the strategy is some subjects are not too agree with the strategy that has been done so that there needs improvement.

Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix, BCG Matrix, SWOT analysis

1. Mahasiswa Diploma III Agroindustri, Universitas Gadjah Mada
2. Staff Pengajar Diploma III Agroindustri, Universitas Gadjah Mada
3. Staff Pengajar Diploma III Agroindustri, Unviersitas Gadjah Mada