

STRATEGI PEMASARAN MELALUI ANALISIS SWOT PADA TOKO 06 ORIGINAL FOOTWEAR KARAWANG

Oleh:

Adang Nurcahya

15416261201009

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui serta menentukan strategi pemasaran yang sesuai dengan “Toko 06 Original Footwear Karawang”. Metode yang digunakan melalui analisis SWOT dengan metode deskriptif kuantitatif. Data penelitian diperoleh dari data primer dan sekunder yang berasal dari Toko 06 Original Footwear Karawang dengan 10 pertanyaan yang mewakili variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko 06 Original Footwear Karawang memiliki analisis lingkungan internal dengan kekuatan yaitu menjual brand-brand terkenal, harga yang terjangkau, promosi yang sangat murah, lokasi berada di pusat kota. Sedangkan kelemahan yang dimiliki adalah kurangnya distributor untuk menyediakan barang, kurangnya kelengkapan produk yang dibutuhkan konsumen, kurang inovasi dalam memperkenalkan produk pada calon konsumen lain yang berada jauh dari lokasi, tempat yang kurang strategis dan tidak adanya *fitting room*. Pada kondisi eksternal dengan peluang yaitu menciptakan strategi *e-wom* dari pelanggan potensial, pertumbuhan tren yang cukup positif, harga yang terjangkau dibanding pesaing, peningkatan pendapatan di daerah Karawang memungkinkan bisnis ini terus eksis. Sedangkan ancaman pesaing dengan sepatu kualitas rendah dijual dengan lebih murah, pesaing dengan produk sejenis, dampak negatif promosi dari kompetitor melalui *e-promotion* dan lokasi usaha yang kurang strategis dibanding pesaingnya. Posisi Toko 06 Original Footwear Karawang berada di kuadran I mendukung strategi agresif dengan nilai peluang lingkungan sebesar 1,12 dan kekuatan internal sebesar 1.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Faktor Internal-Eksternal

MARKETING STRATEGY THROUGH SWOT ANALYSIS IN 06 ORIGINAL FOOTWEAR STORES KARAWANG

Adang Nurcahya
Universitas Buana Perjuangan
Karawang Agustus 2019

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine and determine marketing strategies that are in accordance with the "Store 06 Karawang Original Footwear". The method used through SWOT analysis is quantitative descriptive method. The research data were obtained from primary and secondary data originating from the Karawang 06 Original Footwear Store with 10 questions representing variables of strength, weakness, opportunity and threat.

The results showed that the Karawang Original 06 Store Footwear has an internal environmental analysis with the strength of selling famous brands, affordable prices, very cheap promotions, the location is in the city center. While the weaknesses that are owned are the lack of distributors to provide goods, lack of completeness of products needed by consumers, lack of innovation in introducing products to other potential customers who are far from locations, less strategic places and lack of fitting rooms. In external conditions with the opportunity to create an e-wom strategy from potential customers, a fairly positive growth trend, affordable prices compared to competitors, increased revenue in the Karawang area allows this business to continue to exist. While the threat of competitors with low quality shoes is sold more cheaply, competitors with similar products, the negative impact of promotion from competitors through e-promotion and less strategic business locations compared to competitors. Store Position 06 Karawang Original Footwear is in quadrant I supporting an aggressive strategy with an environmental opportunity value of 1.12 and internal strength of 1.

Keyword : Marketing strategy, SWOT analysis, Internal-external factors