

ABSTRAK

Tujuan penulis dalam penelitian ini adalah untuk menentukan pilihan alternatif strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) secara tepat bagi biro perjalanan haji dan umroh PT. Amanah Bersama Ummat (ABUTOURS) cabang Surabaya.

Penelitian deskriptif ini dilakukan dengan analisis data SWOT pada beberapa faktor internal dan eksternal PT. Amanah Bersama Ummat (ABUTOURS) cabang Surabaya. Untuk kemudian dirumuskan variabel-variabel pada kekuatan yang mendukung perusahaan, kelemahan yang dimiliki perusahaan, peluang yang harus diraih perusahaan dan ancaman yang harus dihadapi perusahaan.

Setelah mengidentifikasi variabel-variabel SWOT yang ada pada perusahaan, yang kemudian dilanjutkan dengan penentuan bobot dan rating masing-masing variabel SWOT dengan cara kuisioner pada 35 responnden, tahap berikutnya adalah menentukan posisi perusahaan. Dengan cara memadukan kekuatan (strength), kelemahan (weaknes), peluang (opportunity), dan ancaman (threat) pada perusahaan sehingga dapat ditentukan titik koordinat dalam diagram SWOT.

Dari pengolahan data yang dilakukan, maka dapat diketahui bahwa (Skor total Strength – Skor Total Weakness) / 2 = (2.53 – 0.78) / 2 = -0.875. Jadi titik koordinat analisis internalnya adalah $x= 0,875$, sedangkan (Skor total Opportunity – Skor Total Threat) / 2 = (2.5625 – 0.8125) / 2 = 0.875. Jadi titik koordinat analisis eksternalnya adalah $y= 0,875$

Kemudian dapat diketahui posisi koordinat analisis SWOT perusahaan PT. Amanah Bersama Ummat Cabang Surabaya yang terletak pada kuadran I, yaitu kuadran yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif, maksudnya perusahaan harus giat dalam mengatasi perkembangan pasar dalam rangka meningkatkan pertumbuhan penjualan.

Penulis berharap, dengan diketahuinya pilihan alternatif strategi pemasaran yang tepat melalui analisis SWOT ini, biro perjalanan PT. Amanah Bersama Ummat (ABUTOURS) cabang Surabaya dapat memaksimalkan potensi kekuatan dan peluang perusahaan dan meminimalkan kelemahan ataupun menghadapi ancaman perusahaan.

Kata Kunci: SWOT, Alternatif Strategi Pemasaran

ABSTRACT

The author's purpose in this study was to determine the choice of alternative marketing strategies based on the analysis of SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) is appropriate for Hajj and Umrah travel agency PT. Amanah Bersama Ummat (ABUTOURS) Surabaya branch.

This descriptive study carried out by the SWOT analysis of the data on several internal and external factors PT. Amanah Bersama Ummat (ABUTOURS) Surabaya branch. To then formulated variables on the strength of the support of the company, the weaknesses of the company, the opportunity should be seized company and threats that must be faced by the company.

After identifying the SWOT variables that exist in the company, followed by weighting daan rating SWOT massing of the variables by means of a questionnaire on 35 responnden, the next step is to determine the position of the company. By combining the power (strength), weakness (weakness), chance (opportunity), and threat (threat) to the company so that it can be determined the coordinates of the SWOT diagram.

From the data processing is done, it can be seen that (Score total Strength - Weakness Total Score) / 2 = (2.53 -0.78) / 2 = -0,875. So the coordinates of the internal analysis is x = 0.875, whereas (Total Score Total Score Opportunity-Threat) / 2 = (2.5625 -0.8125) / 2 = 0,875. So the coordinates of the external analysis is y = 0.875

The author hopes that, by knowing the alternative choice of appropriate marketing strategy through SWOT analysis, travel agency PT. Amanah Bersama Ummat (ABUTOURS) Surabaya branch can maximize the potential strengths and opportunities and minimize the weaknesses of the company or face the threat of the company

Keyword:SWOT, Alternative Marketing Strategy