

ABSTRAK

Pada penelitian ini masalah yang terjadi yakni Bagaimana Strategi Pemasaran Melalui *Analisis Strength Weakness Opportunity Threat* (SWOT) pada Usaha Penyewaan Lapangan Futsal di Mega Futsal Genteng Banyuwangi. Dengan tujuan penelitian Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Mega Futsal Genteng, Kabupaten Banyuwangi. Selain itu Untuk mendeskripsikan analisis SWOT terhadap strategi pemasaran di Mega Futsal Genteng, Kabupaten Banyuwangi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan penelitian secara langsung dengan melakukan observasi di obyek yang diteliti serta melakukan wawancara. Sedangkan untuk analisis data menggunakan analisis SWOT. Dengan mengidentifikasi atau mengevaluasi faktor-faktor internal maupun eksternal perusahaan. Faktor internal perusahaan terdiri atas kekuatan dan kelemahan perusahaan. Sementara itu faktor eksternal perusahaan terdiri atas peluang dan ancaman perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis SWOT yang ada pada MEGA FUTSAL GENTENG KABUPATEN BANYUWANGI, bahwasannya penerapan strategi pada perusahaan tersebut menggunakan Growth Oriented Strategy. Hal ini dikarenakan, pada diagram cartesius analisis SWOT ditunjukkan bahwa nilai total skor tertinggi berada pada kuadran pertama dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan MEGA FUTSAL GENTENG KABUPATEN BANYUWANGI, memiliki banyak peluang dan kekuatan sehingga dapat merebut dan memanfaatkan peluang yang ada sekaligus meminimalkan kelemahan serta mengatasi berbagai ancaman.

Kata kunci; Strategi Pemasaran, Lapangan Futsal, Mega Futsal Genteng Kabupaten Banyuwangi

ABSTRACT

In this research, the problem that occurs is How Marketing Strategy Through Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT) Analysis on Futsal Field Rental Business at Mega Futsal Genteng Banyuwangi. With the aim of research to describe the marketing strategy carried out by Mega Futsal Tile, Banyuwangi Regency. In addition to describing the SWOT analysis of the marketing strategy at Mega Futsal Genteng, Banyuwangi Regency. This study uses qualitative methods with direct research by observing the object under study and conducting interviews. As for data analysis using SWOT analysis. By identifying or evaluating internal and external factors of the company. The company's internal factors consist of the company's strengths and weaknesses. Meanwhile, the company's external factors consist of the company's opportunities and threats. The results of this study indicate that the SWOT analysis on MEGA FUTSAL TILES BANYUWANGI, that the implementation of the strategy in the company uses a Growth Oriented Strategy. This is because, in the SWOT analysis Cartesius diagram it is shown that the highest total score is in the first quadrant where this quadrant is a very profitable situation for MEGA FUTSAL TILES BANYUWANGI, has many opportunities and strengths so that it can seize and take advantage of existing opportunities while minimizing weaknesses and overcoming various threats.

Keywords; Marketing Strategy, Futsal Field, Mega Futsal Tile

