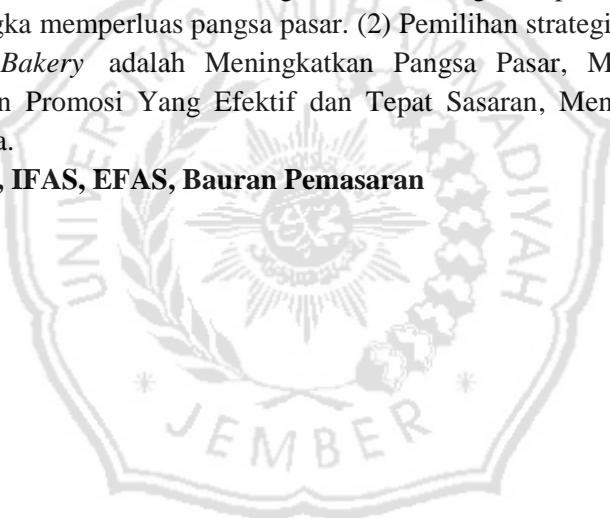


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti penerapan strategi pemasaran dengan pendekatan SWOT dan bauran pemasaran pada pabrik roti rahman bakery. Menggunakan metode deskriptif, dapat diartikan sebagai pemecahan masalah yang diselidiki dengan cara menggambarkan dan menjelaskan secara terperinci mengenai masalah yang akan diteliti berdasarkan data-data yang diperoleh sebelumnya melalui laporan penelitian berupa kuesioner yang telah dikumpulkan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini,yaitu studi lapangan dan studi kepustakaan. Setudi lapang menggunakan kuesioner yang dibagi kepada 51 orang yang terbagi menjadi dua kelompok yaitu 41 responden internal dan 10 responden eksternal. Data. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif dengan menjelaskan data-data yang diperoleh melalui kuesioner. Dari hasil penelitian menggunakan konsep IFAS dan EFAS menunjukan bahwa matrik Swot diposisi Strength 0,48 dan opportunity berada di posisi 0,01. Dengan hal tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut, (1) Posisi perusahaan dalam penelitian ini adalah terdapat pada kuadran 1 yaitu kuadran yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif, maksudnya perusahaan harus lebih giat dalam mengatasi perkembangan pasar yang kompetitif dalam rangka memperluas pangsa pasar. (2) Pemilihan strategi pemasaran yang tepat pada Roti Rahman Bakery adalah Meningkatkan Pangsa Pasar, Meningkatkan Kualitas Pelayanan, Melakukan Promosi Yang Efektif dan Tepat Sasaran, Mengembangkan Kualitas Sumber Daya Manusia.

Kata Kunci : SWOT, IFAS, EFAS, Bauran Pemasaran



ABSTRACT

This study aims to examine the application of marketing strategies with the SWOT approach and marketing mix at the rahman bakery bakery factory. Using descriptive methods, can be interpreted as solving the problem being investigated by describing and explaining in detail about the problem to be examined based on the data obtained previously through the research report in the form of a questionnaire that has been collected. Data collection techniques carried out in this study, namely field studies and library studies. Field study uses a questionnaire divided into 51 people divided into two groups, 41 internal respondents and 10 external respondents. Data analysis in this study used descriptive data analysis by explaining the data obtained through questionnaires. The results of the study using the concepts of IFAS and EFAS show that the Swot matrix in the position of Strength is 0.48 and opportunity is in the position of 0.01. With this, it can be concluded as follows, (1) The position of the company in this study is in quadrant 1, namely the quadrant that supports aggressive growth policies, meaning that the company must be more active in overcoming competitive market developments in order to expand market share. (2) Choosing the right marketing strategy at Roti Rahman Bakery is Increasing Market Share, Improving Service Quality, Promoting Effective and Right Target, Developing Quality of Human Resources.

Keywords: *SWOT, IFAS, EFAS, Marketing Mix*

