

ABSTRAK

RIDO APRILIAN, Pengembangan Strategi Pemasaran Pada CV Berkah Aulia Nusantara Dengan Pendekatan SWOT, dibawah bimbingan Pitri Yandri.

Di dalam dunia bisnis setiap perusahaan ingin bisnisnya terus maju dan berkembang, baik perusahaan yang bergerak di bidang barang maupun jasa. Kegiatan pemasaran tidak hanya sebatas memasarkan produk atau jasa dalam waktu jangka pendek saja, tetapi kegiatan pemasaran sama halnya dengan investasi jangka panjang untuk meningkatkan laba perusahaan di masa mendatang. Strategi pemasaran sangat penting bagi semua bisnis. Tanpa adanya kegiatan pemasaran maka konsumen tidak akan pernah mengetahui sebuah produk atau jasa yang di hasilkan perusahaan. Atas dasar uraian tersebut, Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengidentifikasi strategi yang diterapkan oleh CV Berkah Aulia Nusantara dan memformulasi opsi strategi terbaik bagi pengambilan keputusan strategi pemasaran CV Berkah Aulia Nusantara yang dapat diterapkan dalam mengembangkan CV Berkah Aulia Nusantara. Teknik analisis yang digunakan yaitu deskriptif dengan menggunakan metode analisis SWOT (*Streangth, weakness, Opportunity, Threats*), Analisis SWOT dilakukan dengan matriks IFAS (*Internal Factor Analisis System*) yang mendeskripsikan factor-factor kekuatan dan kelemahan dan Matriks EFAS (*External Factor Analisis System*) yang mendeskripsikan factor-factor peluang dan ancaman dan diagram SWOT yang menunjukkan posisi perusahaan saat ini. Dari hasil interaksi matriks EFAS dan matriks IFAS menghasikan alternative strategi dengan bobot yang paling tinggi adalah *strength-opportunity* (SO). Kondisi tersebut sangat menguntungkan pada CV Berkah Aulia Nusantara karena disisi faktor internal, CV Berkah Aulia memiliki kelemahan yang jauh lebih kecil daripada faktor kekuatan. Dari sisi faktor eskternal, CV Berkah Aulia Nusantara memiliki peluang yang jauh lebih besar di banding dengan faktor ancaman dalam rangka pengembangan strategi pemasaran pada CV Berkah Aulia Nusantara Hasil tersebut menempatkan posisi CV Berkah Aulia Nusantara pada kuadran I dan Strategi yang harus diterapkan adalah memaksimalkan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Hal ini berarti strategi yang bisa diterapkan dalam situasi seperti ini adalah mendukung kebijakan yang agresif (*growth oriented strategi*) antara lain sebagai berikut: 1). Meningkatkan Pemasaran dengan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi, 2). membuat diskon atau potongan harga, 3). optimalisasi perluasan pangsa pasar.

Kata kunci: Strategi pemasaran, Pengembangan, Analisis SWOT, Metode SWOT, Strategi