ABSTRAK

Pangki Setiono, 2019, Strategi Pemasaran Dengan Analisis SWOT Guna Meningkatkan Penjualan Pada Toko Komputer CV Q Media Trenggalek. Tugas Akhir. Program Studi Teknik Industri, Strata Satu Universitas Kadiri, Pembimbing (I) Ir. Heribertus Budi S, MT. (II) Sri Rahayuningsih, ST. MT.

CV Q-Media adalah salah satu toko komputer yang menjual berbagai jenis laptop dengan merk yang berbeda - beda, seperti Acer, Asus, HP, dan Lenovo. Namun, dibulan – bulan tertentu diketahui bahwa tingkat penjualan pada CV QMedia mengalami penurunan. Penurunan tersebut disebakan karena strategi pemasaran yang dilakukan oleh CV QMedia kurang tepat. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang tepat guna meningkatkan penjualan pada CV QMedia dengan memperhatikan faktor lingkungan internal dan eksternal perusahaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka muncullah identifikasi masalah seperti bagaimana strategi yang efektif dalam meningkatkan penjualan pada toko komputer CV Q Media Trenggalek. Setelah diketahui permasalahan yang terjadi lalu muncullah tujuan penelitian untuk mengetahui dan mengidentifikasi strategi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan.

Penelitian diawali dengan penyebaran kuisioner dengan jumlah kuisioner sebanyak 96 kuisioner. Kemudian responden memberi nilai untuk bisa diaplikasikan dalam rumusan analisis SWOT agar bisa diketahui kekuatan kelemahan peluang dan ancaman yang timbul.

Berdasarkan hasil matrik IFAS EFAS didapatkan hasil yang nilainya masuk dalam kuadran 1 (satu) Growth Strategi berarti menunjukkan setrategi yang menguntungkan. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kata Kunci : Sistem pemasaran, Analisis SWOT, perbaikan sistem pemasaran