

PENERAPAN ANALISIS SWOT (*STRENGTH, WEAKNESS, OPPORTUNITY, THREATH*) DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO MILADY HELM, BLITAR

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Karya Malang



**Disusun Oleh
AXELLEONARDO FIRMANTO
NIM : 201211004**

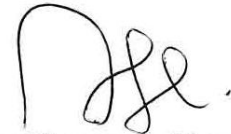
**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG**

2016

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Axel Leonardo Firmanto
Nim : 201211024
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul : **PENERAPAN ANALISIS SWOT
(STRENGTH,WEAKNESS,OPPORTUNITY,THREATH)
DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN
PADA TOKO MILADY HELM, BLITAR**

Malang ,14 Juli 2016



(Axel Leonardo Firmanto)

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I



Dra. Anni Yudiastuti, MP

NIDN : 0701056401

Pembimbing II



Drs. Cornelius Niwadolo, MM

NIDN : 0706055302

Mengetahui :



Dekan Fakultas Ekonomi

Drs. Cornelius Niwadolo,MM

NIDN : 0706055302



Ketua Jurusan

Dra. Anni Yudiastuti, MP

NIDN : 0701056401

LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul :

**PENERAPAN ANALISIS SWOT
(STRENGTH,WEAKNESS,OPPORTUNITY,THREATH) DALAM
MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO MILADY
HELM, BLITAR**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Axel Leonardo Firmanto

NIM : 201211004

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 14 Juli 2016 dan telah memenuhi syarat untuk sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata satu (S1).

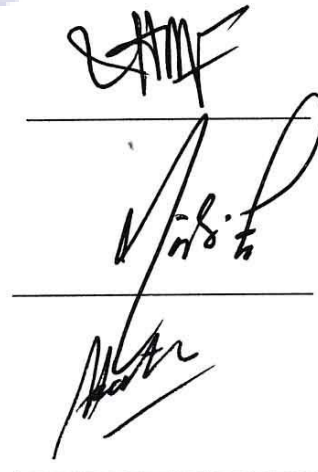
Disahkan oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Karya Malang

Drs. Cornelius Niwadolo, MM

Dewan Penguji

1. Dra. Anni Yudiastuti, MP
NIDN : 0701056401
2. Drs. Cornelius Niwadolo, MM
NIDN : 0706055302
3. DewiRatih, S.E.,M SM
NIDN : 0704078107



PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Kami yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENERAPAN ANALISIS SWOT (STRENGTH,WEAKNESS,OPPORTUNITY,THREATH) DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO MILADY HELM, BLITAR”** merupakan karya asli dari:

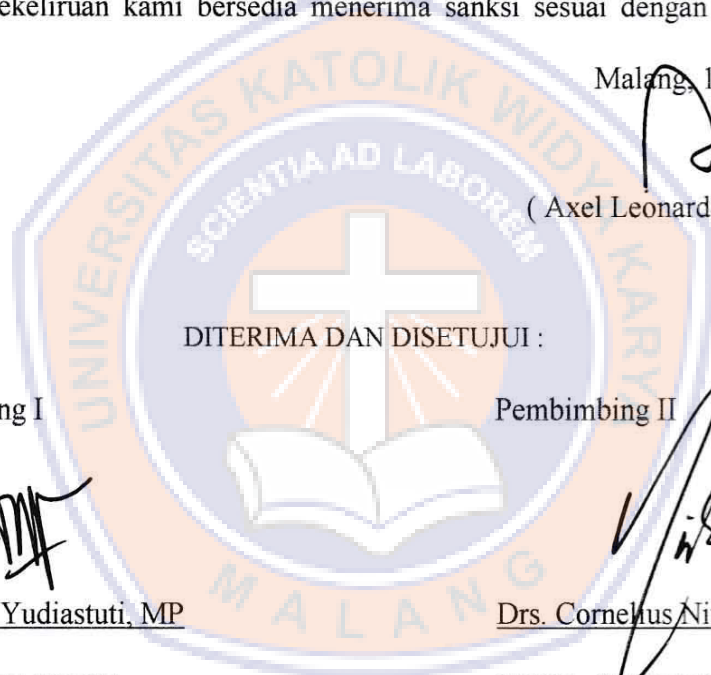
Nama : Axel Leonardo Firmanto
Nim : 201211004
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Dan bukan merupakan karya plagiat baik sebagian maupun seluruhnya. Demikian pernyataan ini kami buat dengan sebenar – benarnya dan apabila terdapat kekeliruan kami bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, 14 Juli 2016



(Axel Leonardo Firmanto)



DITERIMA DAN DISETUJUI :

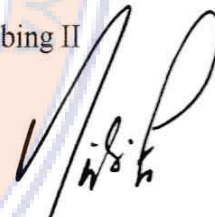
Pembimbing I



Dra. Anni Yudiastuti, MP

NIDN : 0701056401

Pembimbing II



Drs. Cornelius Niwadolo, MM

NIDN : 0706055302

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi

Drs. Cornelius Niwadolo, MM
NIDN : 0706055302

Ketua Jurusan

Dra. Anni Yudiastuti, MP
NIDN : 0701056401



METRO GROUP BLITAR

Shopping & retail

Jln. Mastrip no: 3. Telp 081233008888

Blitar - Jawa Timur

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang Bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Kur Tandy
Jabatan : Pemilik Toko
Alamat : Jalan Mastrip No 3 Blitar

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Axel Leonardo Firmanto
NIM : 201211004
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Telah selesai melakukan penelitian di Toko Milady Helm Jalan Mastrip No 68 Blitar selama 2(dua) minggu,terhitung mulai tanggal 8 Mei 2016 sampai dengan tanggal 21 Mei 2016 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "PENERAPAN ANALISIS SWOT (STRENGTH, WEAKNESS, OPPORTUNITY, THREATH) DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO MILADY HELM,BLITAR.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya

Blitar, 11 Juli 2016
Pemilik toko

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Kur Tandy".

Kur Tandy

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Axel Leonardo Firmanto
Nim : 201211004
Universitas : Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Tempat, tanggal lahir : Probolinggo, 30 Juli 1994
Jenis kelamin : Laki-laki
Agama : Katolik
Status : Belum menikah
Alamat : Vila Bukit Tidar blok A4 / 85
Nama orang tua (Ayah) : Iwan Firmanto
(Ibu) : Ninik Anugrahwati

Riwayat pendidikan :

1. Tahun 2006 tamat dari SDK Mater Dei Probolinggo
2. Tahun 2009 tamat dari SMPK Mater Dei Probolinggo
3. Tahun 2012 tamat dari SMAK Mater Dei Probolinggo
4. Tercatat sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Karya Malang angkatan tahun 2012

KATA PENGANTAR

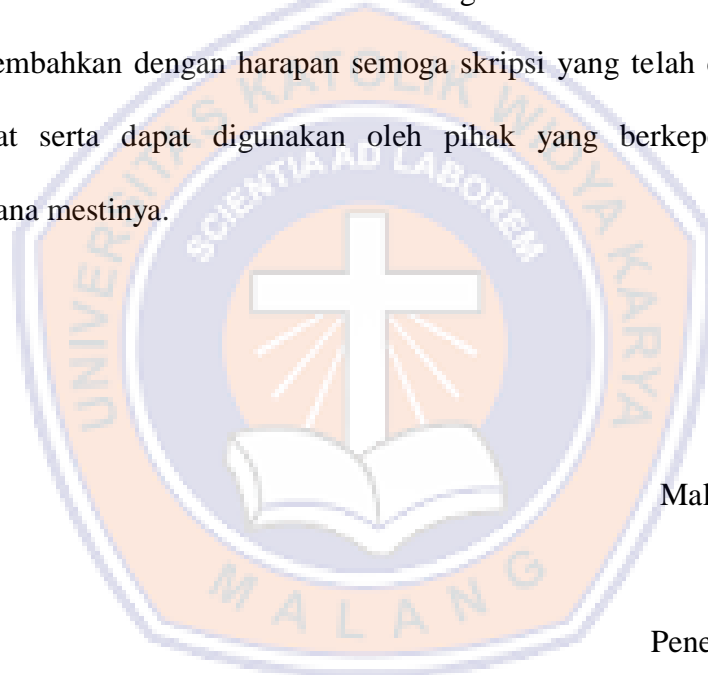
Puji dan syukur peneliti hanturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi ini yang berjudul **“PENERAPAN ANALISIS SWOT (STRENGTH, WEAKNESS, OPPORTUNITY, THREATH) DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO MILADY HELM, BLITAR“**.

Adapun penulisan ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Strata Satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya pada semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih ini dihaturkan kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penyusun skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Rm. Albertus Magnus H. T. O. Carm. M. A : selaku Rektor Universitas Katolik Widya Karya Malang.
3. Bapak Drs. Cornelius Niwadolo, MM: selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang sekaligus sebagai dosen pembimbing II yang telah memberikan semangat dan motivasi pada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik
4. Ibu Dra. Anni Yudiastuti, MP : selaku Ketua Jurusan Manajemen Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang dan sebagai dosen pembimbing I yang telah memberikan petunjuk serta meluangkan waktu untuk membimbing dan menasehati peneliti sehingga terselesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Bapak dan Ibu Dosen selaku staf pengajar yang telah banyak memberikan bimbingan dan bekal ilmu pengetahuan yang sangat berharga selama maa studi peneliti di Universitas Katolik Widya Karya Malang .
6. Pimpinan dan seluruh staf Toko Milady Helm, Blitaryang telah membantu peneliti dalam memperlancar penelitian dengan melakukan pengambilan data.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan berkat, anugerah dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan segala bantuan dan dukungan di atas tersebut. Dan segala kerendahan hati, peneliti mempersembahkan dengan harapan semoga skripsi yang telah disusun ini dapat bermanfaat serta dapat digunakan oleh pihak yang berkepentingan dengan sebagaimana mestinya.



Malang, 14 Juli 2016

Peneliti

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT KETERANGAN PLAGIAT	iii
LEMBAR PENERIMAAN DAN PERSETUJUAN.....	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	v
KATA PENGANTAR	Vi
DAFTAR ISI.....	Viii
DAFTAR TABEL.....	X
DAFTAR GAMBAR	Xi
DAFTAR LEMBAR	Xii
ABSTRAK.....	Xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Penelitian Terdahulu	7
B. Landasan teori	7
1. Konsep Pemasaran	9
a. Pengertian Pemasaran	9
b. Perencanaan Pemasaran	10

c. Strategi Pemasaran	13
d. Bauran Pemasaran	14
2. Promosi	17
a. Pengertian Promosi	17
b. Bauran Promosi	18
3. Konsep Analisis SWOT	19
a. Pengertian Analisis SWOT	19
b. Matrik dan Strategi Analisis SWOT	20
c. Kuadran Analisis SWOT	23
d. Matriks IFAS dan EFAS	25
1) Matrik IFAS (Internal Factor Strategy Evaluation)	26
2) Matrik EFAS (Eksternal Factor Strategy Evaluation)	27
C. Kerangka Pemikiran	31
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	32
B. Ruang Lingkup Penelitian	33
C. Lokasi Penelitian	33
D. Jenis Data	33
1. Data Kualitatif	33
2. Data Kuantitatif	34
E. Sumber Data	34
1. Data Primer	34
2. Data Sekunder	34
F. Populasi	34

G. Definisi Operasional Variabel	35
H. Metode Pengumpulan Data	39
I. Teknik Analisis Data	40
BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA	
A. Gambaran Umum Perusahaan	41
1. Sejarah Berdirinya Perusahaan	41
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	47
3. Lokasi Perusahaan.....	47
4. Struktur Organisasi Perusahaan	47
B. Penyajian Data Penelitian.....	51
1. Analisis Deskriptif	52
a. Analisa Produk (Product)	58
b. Analisa Harga (Price).....	60
c. Analisa Tempat (Place).....	63
d. Promosi (Promotion).....	63
C. Penyajian data berdasarkan Persepsi Responden	64
1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	64
2. Deskriptif persepsi karyawan terhadap SWOT.....	66
3. Deskripsi Tanggapan responden terhadap variabel Penelitian.....	66
D. Identifikasi SWOT pada Toko Miladi Helm, Blitar.....	73
1. Faktor Internal.....	73
a. Kekuatan (Strength)	73
b. Kelemahan (Weakness).....	74
2. Faktor Eksternal	75

a. Peluang (opportunity).....	75
b. Ancaman (Threath)	76
E. Matrik Internal Strategic Factor Summary.....	77
F. Matrik Eksternal Strategic Factor Summary	79
G. Matrik Analisis SWOT.....	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	89
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	8
Tabel 2.2 Matrik Analisis SWOT	24
Tabel 2.3 Matrik IFAS dan EFAS.....	30
Tabel 2.4 Kerangka Pemikiran.....	32
Tabel 4.1 Daftar Produk dan Harga Helm	46
Tabel 4.2 Data Penjualan Toko Milady Helm, Blitar	53
Tabel 4.3 Rekapitulasi Volume penjualan Helm	55
Tabel 4.4 Daftar Produk Helm Toko Milady Helm, Blitar	57
Tabel 4.5 Daftar produk dan Harga Helm.....	59
Tabel 4.6 Deskripsi Responden berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4.7 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.8 Deskripsi Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	64
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Kekuatan	65
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Kelemahan.....	68
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Peluang.....	70
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Ancaman	71
Tabel 4.13 Tabel SWOT internal dan eksternal Toko Milady Helm, Blitar.....	75
Tabel 4.14 Tabel SWOT Eksternal Toko Milady Helm, Blitar	76
Tabel 4,15 Matrik Internal Strategic Factor Summary (IFAS)	77
Tabel 4,16 Matrik Eksternal Strategic Factor Summary (EFAS)	80
Tabel 4.17 Matrik Analisis SWOT	84
Tabel 4.18 Implikasi penentuan strategi berdasarkan 4P.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kuadran SWOT.....25

Gambar 3.1 Matrik SWOT.....39

Gambar 4.1 Struktur organisasi Toko Milady Helm.....49

Gambar 4.2 Diagram Cartesius SWOT.....82



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 2 Kuesioner



**PENERAPAN ANALISIS SWOT
(STRENGTH,WEAKNESS,OPPORTUNITY,THREATH) DALAM
MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO MILADY
HELM, BLITAR**

ABSTRAK

Setiap perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya merencanakan sebuah strategi untuk mendukung tercapainya tujuan perusahaan. Dalam merencanakan strategi tersebut perusahaan perlu mempertimbangkan dari 2 faktor besar yaitu faktor internal dan faktor eksternal perusahaan. Faktor-faktor tersebut merupakan komponen penting dari perusahaan berupa Kekuatan (*Strength*) serta Kelemahan (*Weakness*) yang merupakan bagian dari faktor internal perusahaan dan Peluang (*Opportunity*) serta Ancaman (*Threath*) yang merupakan bagian dari faktor eksternal perusahaan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Penerapan analisis SWOT pada Toko Milady Helm, Blitar agar dapat menentukan strategi pemasaran yang efektif. 2) untuk mengetahui strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT pada Toko Milady Helm, Blitar. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan variabel penelitian yaitu Analisis SWOT dan strategi pemasaran. Sumber data dari penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, angket/kuesioner, dan studi pustaka. Populasi dalam penelitian ini adalah semua karyawan Toko Milady Helm, Blitar dengan menggunakan metode sensus semua karyawan dijadikan responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kekuatan yang dimiliki perusahaan memiliki nilai 2,25 berbanding dengan Kelemahan yang memiliki nilai 1,40 yang didapat dari Matrik IFAS (*Internal Strategic Factor Summary*) sedangkan untuk Peluang yang bisa dicapai oleh Toko Milady Helm memiliki nilai sebesar 1,50 dibandingkan dengan nilai Ancaman yang akan dihadapi yakni sebesar 1,20 yang didapat dari Matrik EFAS (*Eksternal Strategic Factor Summary*) sehingga hendaknya disimpulkan bahwa Kekuatan dari Toko Milady Helm sangat dominan sehingga hendaknya memaksimalkan kekuatan tersebut untuk menggapai peluang yang ada. Strategi pemasaran yang tepat dalam usaha memaksimalkan peluang serta meningkatkan penjualan adalah Strategi S-O (*Strength-Opportunity*) atau *Growth Strategy*.

Kata kunci : Analisis Internal (*Strength dan Weakness*), Analisis Eksternal (*Opportunity dan Threath*), Analisis SWOT dan penentuan strategi pemasaran

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era Globalisasi ini, kegiatan bisnis yang ada di dunia saat ini semakin lama semakin menunjukkan persaingan, perubahan, dan ketidakpastian. Di sisi lain dalam dunia bisnis sekarang, banyak sekali barang dan jasa yang ada di pasaran memiliki keseragaman produk antara yang satu dengan yang lain baik jenis maupun fungsinya.

Jenis kegiatan usaha dibagi menjadi dua dilihat dari produk yang dihasilkan dan diperdagangkan oleh kegiatan bisnis, yaitu *Tangible goods* (barang) dan *Intangible goods* (jasa). *Tangible goods* (barang) adalah barang-barang yang dapat diindera oleh panca indera manusia, seperti mobil, rumah, perkakas, alat tulis, makanan. Sedangkan *Intangible goods* (jasa) adalah produk yang tidak dapat dilihat secara kasat mata, tetapi dapat dirasakan manfaatnya setelah konsumen mengkonsumsi jasa tersebut. Jasa yang ditawarkan oleh berbagai perusahaan bisnis kepada konsumen, misalnya jasa transportasi, jasa hukum dan jasa kesehatan

Keseragaman produk membuat konsumen menjadi bingung untuk memilih produk yang akan dibeli. Hal itu akan memengaruhi perilaku konsumen dalam membeli produk yang nantinya akan berpengaruh pada volume penjualan produk terhadap perusahaan

Perusahaan harus memperhatikan berbagai aspek dalam menjalankan kegiatan usahanya antara lain :1). Memahami konsep produk maupun jasa secara

baik 2). Mempunyai visi dan misi bisnis 3). Mempunyai mental yang tangguh dan mau belajar agar menjadi pelaku usaha yang sukses 4). Membuat perencanaan dan strategi bisnis agar mampu meminimalkan usaha dari risiko bisnis dan keuangan

5). Memahami strategi pemasaran dan pelayanan

Perusahaan juga harus dapat menyusun strategi-strategi pemasaran sebaik mungkin dengan cara memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada disamping itu perusahaan harus dapat segera memperbaiki kelemahan mereka dan mengantisipasi ancaman yang akan diberikan dari pesaing. strategi pemasaran adalah kemampuan untuk menjual atau mendistribusikan produk yang dimiliki agar target usaha dapat tercapai. Para pelaku usaha harus memiliki kepekaan dalam melihat peluang yang ada di sekitarnya.

Lingkungan dalam dunia usaha merupakan faktor yang memengaruhi keberlangsungan usaha, baik dari sisi internal perusahaan maupun eksternal perusahaan. Perubahan lingkungan positif yang terjadi merupakan penunjang dalam kelangsungan kegiatan perusahaan dan perubahan lingkungan negatif yang terjadi merupakan gangguan dalam kelangsungan kegiatan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan perlu menganalisis perubahan lingkungan yang terjadi di sekitar.

Lingkungan internal perusahaan meliputi kekuatan perusahaan dan kelemahan perusahaan, ditinjau dari segi kekuatan perusahaan dapat dilihat apakah perusahaan itu memiliki produk yang berkualitas, harga yang terjangkau oleh konsumen, dan struktur perusahaan yang baik. Sisi kelemahan perusahaan dapat dilihat apakah perusahaan tersebut memiliki produk yang berkualitas

rendah, harga yang terlampaui tinggi sehingga tidak terjangkau, dan struktur organisasi yang tidak jelas.

Lingkungan eksternal perusahaan meliputi peluang usaha dan ancaman usaha. Peluang usaha adalah keadaan ketika ada permintaan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen, sehingga perusahaan mampu mengambil keuntungan dari keadaan yang terjadi. Ancaman usaha adalah kondisi yang bersifat negatif dan tidak dapat diprediksi oleh perusahaan yang dapat mengganggu kegiatan usaha produksi atau mengganggu keberlangsungan perusahaan. Lingkungan internal dan eksternal ini dapat dianalisis secara terperinci dengan Analisis SWOT.

Menurut Rangkuti (2006: 18) menyatakan bahwa Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threat*).

Salah satu bidang usaha yang harus mampu membaca selera pasar adalah usaha di bidang penjualan helm. Dewasa ini usaha di bidang ini sangat berkembang karena adanya peningkatan pengguna sepeda motor yang ada di Indonesia. Penjualan sepeda motor menurut AISI, dapat bahwa pada tahun 2015 jumlah pemilik kendaraan bermotor di Indonesia kurang lebih sekitar 3.300.000 unit yang tersebar diseluruh Indonesia yang dapat terdiri atas: Honda sebesar 2.137.156 unit, Kawasaki sebesar 67.712 unit, Suzuki: 70.810 unit, TVS: 7.399 unit dan Yamaha sebesar 973.560 unit. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat pengguna kendaraan sepeda motor sangat tinggi dan oleh sebab itu, bisnis menjual

kelengkapan dan aksesoris kendaraan bermotor mengalami perkembangan yang cukup pesat seiring dengan jumlah kendaraan bermotor yang sangat banyak di Indonesia. namun menjalankan kegiatan usaha di bidang ini tentu tidaklah mudah sebab menjalankan kegiatan usaha ini memerlukan strategi pemasaran yang jitu serta memperhatikan faktor internal dan faktor eksternal yang ada di perusahaan untuk menjalankan kegiatan usaha ini dengan baik.

Penerapan Analisis SWOT didalam perusahaan sangatlah penting agar perusahaan dapat mengetahui unsur penting yang akan menjadi penghambat atau faktor kesuksesan utama perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran yang baik perusahaan dengan cara memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*) yang ada serta meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threat*) agar dapat menentukan strategi pemasaran yang efektif dalam perusahaan.

Fahmi (2013:260) menyatakan bahwa unsur – unsur SWOT Kekuatan (*Strength*) , Kelemahan (*Weakness*) Peluang (*Opportunity*) dan yang meliputi Ancaman (*Threat*) terbagi atas 2 faktor yaitu Faktor eksternal dan internal dalam perusahaan untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT yang ada di dalam perusahaan

Analisis SWOT sangatlah penting dalam menentukan strategi pemasaran yang baik dan nantinya akan menunjang untuk peningkatan penjualan pada perusahaan terlebih lagi terhadap perusahaan yang menjual produk berupa barang (*Tangible goods*) seperti Milady Helm yang ada di kota Blitar

Toko Milady Helm merupakan perusahaan yang bergerak di bidang distributor dan penjualan helm untuk pengendara motor yang ada di kota Blitar. Perusahaan yang telah beroperasi sejak tahun 1994 telah menjual berbagai produk-produk helm ternama yang sudah terkenal di Indonesia serta memiliki standard SNI seperti INK, KYT, BMC, NHK, dan GM. Beberapa merk tersebut merupakan produk helm yang sering di gunakan atau dicari oleh para pengendara motor yang ada di kota Blitar. Dengan varian produk yang banyak serta harga yang terjangkau membuat Milady Helm menjadi distributor helm serta perusahaan penjual helm yang terbesar di kota Blitar. Hal itu terbukti dengan jangkauan pasar yang mencapai kota-kota di sekitar Blitar seperti Tulungagung, Kediri, dan Kapanjen, Kabupaten Malang

Harga yang ditawarkan oleh Milady Helm Blitar merupakan harga yang terjangkau untuk produk helm yang memiliki kualitas yang bagus. Oleh karena itu strategi pemasaran dalam hal ini sangat perlu diperhatikan dalam menjalankan kegiatan usaha ini. melihat strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh Milady Helm. Strategi pemasaran yang diterapkan berdasarkan pada *networking* atau jaringan yang telah dibangun oleh pemilik perusahaan sejak dulu dan cenderung berjalan stagnan. Oleh sebab itu diperlukan strategi pemasaran baru yang lebih kompetitif dan mampu meningkatkan penjualan.

Maka dari itu berdasarkan latar belakang diatas, judul dalam penelitian ini adalah “Penerapan Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*) dalam menentukan strategi pemasaran pada Toko Milady Helm, Blitar”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan Analisis SWOT pada Toko Milady Helm, Blitar agar dapat menentukan strategi pemasaran yang efektif?
2. Bagaimana strategi pemasaran berdasarkan Analisis SWOT pada Toko Milady Helm, Blitar?

C. Tujuan Dan Manfaat penelitian

1. Tujuan penelitian

- a. Mengetahui penerapan Analisis SWOT pada Toko Milady Helm, Blitar agar dapat menentukan strategi pemasaran yang baik
- b. Mengetahui strategi pemasaran berdasarkan Analisis SWOT pada Toko Milady Helm, Blitar

2. Manfaat penelitian

- a. Bagi perusahaan : Perusahaan dapat mengetahui pengaruh sekaligus pentingnya analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran yang kompetitif dan efektif
- b. Bagi peneliti : sebagai sarana untuk menambah wawasan bahwa dengan Analisis SWOT memiliki peran penting dalam menentukan strategi pemasaran yang baik dan efektif bagi perusahaan
- c. Bagi Universitas : sebagai referensi penelitian Analisis SWOT yang baru terhadap universitas