

ABSTRAK

ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR PERUMUSAN STRATEGI
PEMASARAN

Studi Kasus pada Erisa Batik Yogyakarta

Angelus Arie Hilapok

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2013

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui strategi yang telah dijalankan oleh Erisa Batik dalam kurun waktu 2008-2011. (2) untuk mengetahui efektivitas strategi yang telah dijalankan oleh Erisa Batik dalam kurun waktu 2008-2011. (3) untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang cocok dijalankan Erisa Batik di masa yang akan datang. Jenis penelitian yang dilakukan adalah studi kasus yaitu penelitian yang mengacu terhadap data-data tertentu dengan menganalisis dan ditarik kesimpulan. Subjek dalam penelitian ini adalah manajer dan karyawan Erisa Batik sedangkan objek penelitian adalah faktor eksternal-internal perusahaan. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara observasi, dokumentasi dan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan IFE (*Internal Factor Evaluation*), EFE (*External Factor Evaluation*), Matriks IE (*Internal External Matrix*), Matriks SWOT, QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Strategi pemasaran yang telah dijalankan Erisa Batik adalah Pengembangan Pasar dan Pengembangan Produk. (2) Strategi yang telah dijalankan Erisa Batik dari tahun 2008-2011 merupakan strategi yang efektif. (3) Strategi yang cocok digunakan Erisa Batik di masa yang akan datang adalah strategi Pengembangan Produk.

ABSTRACT

SWOT ANALYSIS AS THE BASIS OF MARKETING STRATEGY
FORMULATION

A Case Study on Erisa Batik Yogyakarta

Angelus Arie Hilapok

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2013

The aims of this research are: (1) to know the strategies implemented by Erisa Batik in 2008-2011. (2) to know the effectiveness of the strategies done by Erisa Batik in 2008-2011. (3) to know the marketing strategies which are suitable for Erisa Batik in the future. This research is a case study, a research leading to specific data by analysing and concluding. Subjects in this research are managers and employees of Erisa Batik and the objects are external-internal factors of the company. The data gathering techniques implemented are observation interview, documentation, and questionnaires. The data analysis techniques are IFE (*Internal Factor Evaluation*), EFE (*External Factor Evaluation*), IE Mariks (*Internal External Matrix*), SWOT Matriks, and QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). The result showed that: (1) the marketing strategies implemented by Erisa Batik were Market Development and Product Development. (2) The strategies implemented in 2008-2011 were effective. (3) The suitable strategy for Erisa Batik in the future is Product Development.