



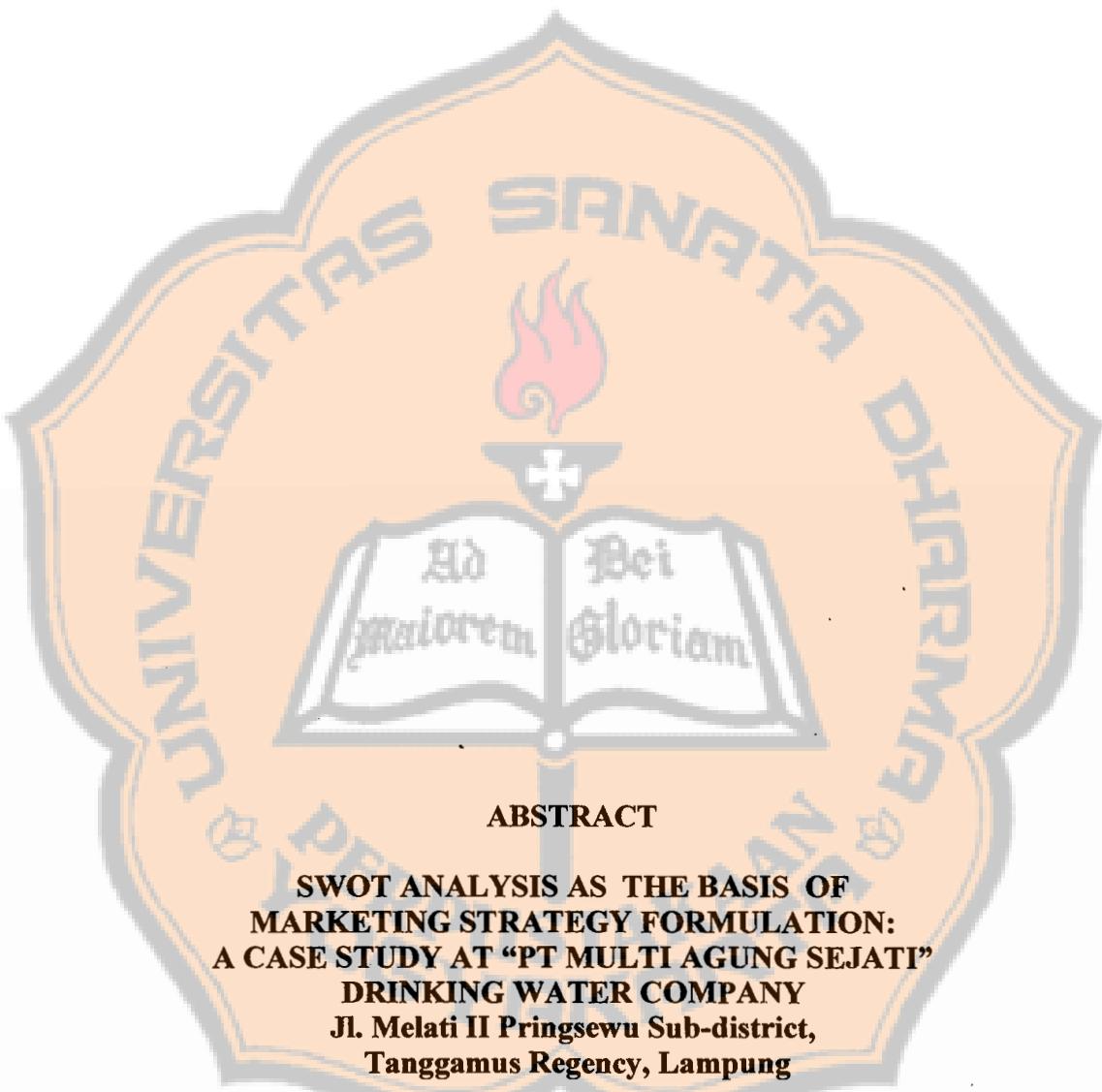
ABSTRAK

**ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR PERUMUSAN
STRATEGI PEMASARAN
STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN AIR MINUM
PT MULTI AGUNG SEJATI
Jl. Melati II Kecamatan Pringsewu
Kabupaten Tanggamus Lampung**

**Anton Dwi Cahyo
Universitas Sanata Dharma
2006**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang ditetapkan oleh PT MULTI AGUNG SEJATI apakah sesuai dengan situasi persaingan saat ini atau tidak. Dan juga untuk mengetahui alternatif strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh PT MULTI AGUNG SEJATI.

Penelitian di PT MULTI AGUNG SAJATI Jl. Melati II Kecamatan Pringsewu Kabupaten Tanggamus Lampung ini berlangsung selama bulan Desember 2005 sampai Januari 2006. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, dokumentasi, dan observasi. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT MULTI AGUNG SEJATI digunakan metode *Weighted Rating System*. Sedangkan untuk mengetahui alternatif strategi pemasaran yang seharusnya diterapkan oleh PT MULTI AGUNG SEJATI digunakan analisis



ABSTRACT

**SWOT ANALYSIS AS THE BASIS OF
MARKETING STRATEGY FORMULATION:
A CASE STUDY AT “PT MULTI AGUNG SEJATI”
DRINKING WATER COMPANY
Jl. Melati II Pringsewu Sub-district,
Tanggamus Regency, Lampung**

**Anton Dwi Cahyo
Sanata Dharma University
2006**

The research was aimed to identify whether or not “PT MULTI AGUNG SEJATI’s” marketing strategy was appropriate with the present competition situation. It was also to identify the alternative marketing strategies that “PT MULTI AGUNG SEJATI” could adopted.

This research was conducted at “PT MULTI AGUNG SEJATI”, Jl. Melati II Pringsewu sub-district, Tanggamus Regency, Lampung from December 2005 to January 2006. The data were collected through interviews, documentations, and observations. The weighted Rating System and SWOT matrix analysis were used to identify marketing strategy and alternative strategies adopted by “PT MULTI AGUNG SEJATI”, respectively.