

Dedik Irawan, 12.312.005, **Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Unit Perdagangan Bahan Bangunan Koperasi Warga Semen Gresik**, Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Gresik, Juni, 2016

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan dan untuk mengetahui dan menganalisis posisi perusahaan berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dimiliki oleh perusahaan dalam Matriks I-E dan juga untuk merumuskan strategi terbaik yang dapat dipakai oleh perusahaan, dalam hal ini adalah Koperasi Warga Semen Gresik Unit PBB. Teknik analisa data yang digunakan adalah analisa SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats). Adapun yang dimaksud dengan analisis ini adalah untuk mengidentifikasi lingkungan intern dan ekstern perusahaan dalam iklim persaingan dengan perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis yang sama. Analisis SWOT mencakup lingkungan ekstern dan lingkungan intern. Analisis lingkungan adalah suatu proses yang digunakan untuk menentukan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Didalam analisis SWOT ini akan digunakan pendekatan secara kualitatif dan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kualitatif merupakan suatu analisis yang digunakan tanpa mempergunakan perhitungan angka-angka, melainkan berdasarkan penilaian atau pendapat serta dasar-dasar yang dapat menunjang dalam pengambilan keputusan yang bersifat subyektif. Sedangkan pendekatan secara kuantitatif merupakan suatu cara analisis data menggunakan perhitungan angka-angka atau untuk menunjang proses analisis data tersebut. Berdasarkan semua analisis tersebut diatas, alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah dengan menggunakan matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki perusahaan tersebut. Matrik dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi. Dengan menggunakan analisa SWOT dapat diperoleh hasil bahwa perusahaan dapat merumuskan strategi terbaik dengan mengambil alternatif strategi S-O (Strength-Opportunity) dan W-O (Weakness-Opportunity).

Kata Kunci : *Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman*