Universitas Indonesia Library >> UI - Skripsi Membership

Penerapan analisa swot terhadap promosi lewat internet sebagai bagian dari manajemen pemasaran di PT Mada Wikri Tunggal

Ivo Abdurrahman, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20240781&lokasi=lokal

---

Abstrak

ABSTRAK
Dalam menetapkan keputusan tentang suatu masalah seringkali
seorang manajer mengambil tindakan jalan pintas tanpa analisa yang
menyeluruh sehingga seringkali keputusan yang diambil tidak optimal
bahkan seringkali berakibat fatal.

Skripsi ini mengambil judul penerapan analisa SWOT terhadap
promosi lewat internet sebagai bagian dari manajemen pemasaran di PT.
Mada Wikri Tunggal. Skripsi ini diharapkan dapat menjadi bantuan bagi
manajer (dalam hal ini manajer pemasaran) sebagai bahan pertimbangan
dalam melihat peluang disamping kendala yang ada sehingga dapat
menentukan keputusan dan tujuan yang optimum terhadap promosi produk lewat internet.

Di dalam penulisannya penulis mencoba melihat berbagai faktor baik
internal ataupun eksternal yang berkaitan dengan promosi di internet
berdasarkan kondisi yang ada dan data berdasarkan survey dari berbagai
pihak yang terkait terhadap promosi lewat internet secara global. Faktor-
faktor tersebut kemudian dikelompokkan berdasarkan kehandalan/strength (S)
dan kelemahan/weakness (W) yang berpotensi sebagai bagian dari
faktor internal serta peluang/opportunity (O) dan ancaman/threats (T) yang
berpotensi sebagai bagian dari faktor eksternal.

Hasil analisa ini kemudian digunakan sebagai bantuan dan
pertimbangan dalam menentukan keputusan dan mengoptimumkan strategi
promosi lewat internet di perusahaan. Namun sebelum analisa SWOT
tersebut digunakan kita tetap harus melihat faktor-faktor tambahan baik
internal maupun eksternal dari perusahaan yang melaksanakan promosi
lewat internet dalam hal ini penulis mengambil studi kasus di PT. Mada
Wikri Tunggal.

Hasil penetapan strategi berdasarkan analisa SWOT terhadap
kondisi global dan perusahaan itu sendiri diharapkan menjadi gambaran
pelaksanaan fungsi analisa SWOT terhadap promosi produk lewat internet
dari perusahaan lainnya sehingga dapat optimum dalam menetapkan keputusan

dan penetapan strategi promosinya.

ABSTRAK
Dalam menetapkan keputusan tentang suatu masalah seringkali
seorang manajer mengambil tindakan jalan pintas tanpa analisa yang
menyeluruh sehingga seringkali keputusan yang diambil tidak optimal
bahkan seringkali berakibat fatal.

Skripsi ini mengambil judul penerapan analisa SWOT terhadap
promosi lewat internet sebagai bagian dari manajemen pemasaran di PT.
Mada Wikri Tunggal. Skripsi ini diharapkan dapat menjadi bantuan bagi
manajer (dalam hal ini manajer pemasaran) sebagai bahan pertimbangan
dalam melihat peluang disamping kendala yang ada sehingga dapat
menentukan keputusan dan tujuan yang optimum terhadap promosi produk lewat internet.

Di dalam penulisannya penulis mencoba melihat berbagai faktor baik
internal ataupun eksternal yang berkaitan dengan promosi di internet
berdasarkan kondisi yang ada dan data berdasarkan survey dari berbagai
pihak yang terkait terhadap promosi lewat internet secara global. Faktor-
faktor tersebut kemudian dikelompokkan berdasarkan kehandalan/strength (S)
dan kelemahan/weakness (W) yang berpotensi sebagai bagian dari
faktor internal serta peluang/opportunity (O) dan ancaman/threats (T) yang
berpotensi sebagai bagian dari faktor eksternal.

Hasil analisa ini kemudian digunakan sebagai bantuan dan
pertimbangan dalam menentukan keputusan dan mengoptimumkan strategi
promosi lewat internet di perusahaan. Namun sebelum analisa SWOT
tersebut digunakan kita tetap harus melihat faktor-faktor tambahan baik
internal maupun eksternal dari perusahaan yang melaksanakan promosi
lewat internet dalam hal ini penulis mengambil studi kasus di PT. Mada
Wikri Tunggal.

Hasil penetapan strategi berdasarkan analisa SWOT terhadap
kondisi global dan perusahaan itu sendiri diharapkan menjadi gambaran
pelaksanaan fungsi analisa SWOT terhadap promosi produk lewat internet
dari perusahaan lainnya sehingga dapat optimum dalam menetapkan keputusan
dan penetapan strategi promosinya.