

# 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

<br>**ABSTRAK**</b><br>

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.

<br><br>

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.

<br><br>

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.

<br><br>

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.

<br><br>

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.

<br>**ABSTRAK**</b><br>

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.

<br><br>

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.

<br><br>

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.

<br><br>

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.

<br><br>

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.