

Analisis SWOT dan metode 5 Forces sebagai dasar perumusan strategi pemasaran : studi kasus pada industri media cetak = SWOT analysis and 5 Forces method as the basis of formulating marketing strategies in newspaper industry

Arief Rachman Amaluddin, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20332205&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dan berdaya saing dengan terlebih dahulu mengidentifikasi, menilai faktor-faktor internal perusahaan dan eksternal lingkungan yang mempengaruhi perusahaan tersebut. Hal ini dilakukan dengan menggunakan metode Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) yang dicetuskan oleh Albert Humphrey dan juga menggunakan metode 5 Forces yang ditemukan oleh Michael Porter. Analisis SWOT adalah analisis yang digunakan untuk mengevaluasi peluang dan ancaman dilingkungan bisnis maupun kekuatan serta kelemahan yang dimiliki internal perusahaan. Sedangkan metode 5 Forces adalah metode yang digunakan untuk mengetahui peta persaingan dengan para kompetitor produk sejenis. Penelitian ini dilakukan dengan metode survey (wawancara dan kuesioner) pada Manajer dan staf pemasaran perusahaan dan konsumen perusahaan. Hasilnya kemudian dianalisis dengan metode Analisis SWOT. Faktor-faktor internal, eksternal, posisi dan jenis usaha serta strategi perusahaan ini merupakan variabel mandiri, yang berarti setiap variabel tidak dilakukan perbandingan, melainkan saling menjelaskan dan mempengaruhi variabel lain.

This research aims to determine the right marketing strategies and competitive power by first identifying, assessing the company's internal factors and external environment affecting the company. This is done by using the method of SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) which was conceived by Albert Humphrey and also use 5 Forces method discovered by Michael Porter. The SWOT analysis is an analysis that is used to evaluate the opportunities and threats of the business as well as strengths and weaknesses are internal corporate owned. And the 5 Forces Method is a method used to determine competition map with competitors similar products. This research was conducted with survey methods (interviews and questionnaires) in corporate marketing managers and staff and consumer companies. The results are then analyzed by the method of SWOT analysis. Internal factors, external, positions and types of businesses as well as corporate strategies is an independent variable, which means that any variables not done comparison, but rather mutual explains and affects the other variable.