

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BRAND CHIC GIRL PADA PT. MACROY BUSANA SENTOSA

Nugroho Aji Yuwono, Susilowati Dyah K, SE, MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2008

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : strategi pemasaran

Abstraksi :

Pada penulisan ini, penulis memaparkan tentang analisis strategi pemasaran brand Chic Girl pada PT. Macroy Busana Sentosa. Analisa pemasaran merupakan suatu alat yang dapat digunakan untuk menganalisa dan mengetahui bagaimana suatu perusahaan melakukan upaya - upaya dalam memasarkan produk-produk yang dijualnya. Dalam pembahasan ini, aspek - aspek yang menjadi pertimbangan dan menjadi dasar analisa ini, antara lain adalah kekuatan, kelemahan serta peluang yang dimiliki perusahaan dan ancaman yang harus diwaspadai oleh perusahaan. Perusahaan yang menjadi objek penelitian ini adalah PT. Macroy Busana Sentosa. Alat analisa yang digunakan adalah analisis SWOT. Data - data diperoleh penulis melalui wawancara, observasi dan studi pustaka. Dari hasil analisis pemasaran yang dilakukan, maka dapat diketahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada PT. Macroy Busana Sentosa, serta letak posisi PT. Macroy Busana Sentosa dalam diagram analisis SWOT yaitu pada matrik IE yang didasari oleh analisa internal dan eksternal. PT. Macroy Busana Sentosa terletak pada sel 5 yang berarti PT. Macroy Busana Sentosa berada dalam strategi pertumbuhan dan integrasi horizontal.