

STRATEGI PEMASARAN PADA CV. ALFIKOM MULTI SYSTEM

Ade Yuli Risdiawati, Neltje F. Katuuk, SH., MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2009

Universitas Gunadarma

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

kata kunci :

Abstraksi :

Pada era globalisasi sekarang ini dapat dilihat semakin ketatnya persaingan dalam dunia usaha. Setiap perusahaan memiliki strategi pemasaran sendiri dengan tujuan agar mampu menjalankan dan memenangkan persaingan dalam dunia usaha oleh sebab itu penting sekali perusahaan untuk dapat menentukan strategi dan langkah-langkah apa saja yang harus ditempuh guna mempertahankan, memajukan dan juga meningkatkan usahanya baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang dan dalam hal ini pihak manajemenlah yang berperan penting dalam memilih dan menetapkan strategi yang cocok untuk perusahaan. Adapun tujuan penulisan ini adalah Untuk mengetahui pelaksanaan kegiatan pemasaran dan untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan sudah tepat dengan menggunakan analisis Swot. Berdasarkan hasil analisis SWOT, maka dapat diketahui factor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan, selain itu juga dapat disimpulkan bahwa posisi perusahaan masih berada dikuadran 1, yaitu pertumbuhan, dimana perusahaan masih memiliki potensi untuk terus tumbuh karena factor peluang internal perusahaan sangat mendukung dan memperkuat posisi perusahaan . dan peluang eksternal perusahaan juga cukup mendukung.