

# **STRATEGI PEMASARAN DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DENGAN ANALISIS SWOT PADA PT COLUMBIA**

**MALA RUSPITA SARI, LISNA KUSTAMTINAH,SE,MM**

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2004

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : manajemen pemasaran

Abstraksi :

Dalam penulisan ilmiah ini berjudul Strategi Pemasaran Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Dengan Analisis SWOT pada PT COLUMBIA. Latar belakang dari penulisan ini adalah perusahaan dalam mengembangkan usahanya dituntut semakin peka terhadap kondisi dunia usaha yang ada dengan cara efektif untuk berkompetisi dengan perusahaan lainnya. Dalam penulisan ilmiah ini penulis ingin mengetahui apakah strategi yang digunakan oleh perusahaan sudah tepat sehingga dapat meningkatkan volume penjualan pada PT COLUMBIA. Perusahaan yang menjadi obyek dari penelitian ini adalah PT COLUMBIA yang beralamat Jl. Hayam Wuruk no. 111 Jakarta. Perusahaan tersebut bergerak dibidang penjualan alat-alat elektronik dan furniture. Dari hasil analisis, penulis mengetahui bahwa strategi pemasaran yang digunakan yaitu 4P (Product, Price, Place, Promotion) dan melalui model analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threat) diketahui bahwa perusahaan berada pada posisi SO (Strength-Opportunity) dan hasil dari analisis IE (Internal-Eksternal) perusahaan berada pada kuadran IV, dimana perusahaan digambarkan dalam keadaan stabil. Dari hasil penulisan ilmiah ini penulis menyimpulkan bahwa strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan sangat besar pengaruhnya sehingga menghasilkan peningkatan penjualan sebesar RP. 17.870.000,- selama satu tahun melalui 2 periode, Januari-Juni dan Juli-Desember dan berdasarkan data EFE matrik total nilai yang dihasilkan yaitu 2,9 menandakan bahwa posisi PT COLUMBIA relatif baik dan data IFE matrik total nilai yang dihasilkan yaitu 3,05 terlihat bahwa posisi PT COLUMBIA memang cukup kuat.