

ABSTRAKSI

Jessy Restu Ayu E. 10207604

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA JANGKI PETSHOP CINERE DEPOK

PI. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2010.

Kata Kunci : Analisis Strategi Pemasaran, JANGKI PETSHOP

(x + 63 + lampiran)

Analisis strategi pemasaran merupakan salah satu alat yang digunakan untuk menganalisa dan mengetahui bagaimana suatu perusahaan melakukan upaya-upaya dalam memasarkan produk-produk yang dijualnya. Dalam pembahasan ini banyak sekali aspek-aspek yang menjadi pertimbangan dan yang menjadi dasar analisis ini, antara lain faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang yang didapatkan oleh perusahaan dengan segala macam ancaman-ancaman yang harus diwaspadai oleh perusahaan tersebut. Perusahaan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang Perawatan hewan. Dalam penelitian ini penulis meneliti Perusahaan ini, bagaimana perusahaan ini memasarkan produk-produknya, strategi apa yang diambil, dan menganalisisnya. Alat analisa yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah Analisis SWOT. Data-data diperoleh penulis secara langsung dari perusahaan yang menjadi objek penelitian ini.

Dari hasil analisis strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh JANGKI PETSHOP dengan metode analisis SWOT, maka dapat diketahui keefektifan strategi pemasarannya, kekuatan kelemahan yang dimiliki dan peluang ancaman yang dihadapi, serta letak posisi perusahaan dalam diagram analisis SWOT yaitu pada kuadran pertama, ini berarti perusahaan berada pada posisi yang menguntungkan karena memiliki kekuatan untuk memperoleh peluang-peluang yang ada, sehingga dapat menentukan strategi apa yang sebaiknya dipakai oleh perusahaan selanjutnya.

Daftar Pustaka (2002-2005)