

ABSTRAK

Claudio Bagus P. 2024. Strategi Pemasaran Pada Bisnis Pembuatan Pakaian Olahraga Malaka Apparel Di Cilacap Menggunakan Analisis SWOT: Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi

Tingkat persaingan yang tinggi di dunia bisnis menekankan pentingnya pelaksanaan kegiatan pemasaran yang lebih efisien dan efektif. Untuk mencapai hal ini, diperlukan suatu konsep pemasaran yang didasarkan pada pemahaman yang mendalam terhadap kepentingan pemasaran serta kebutuhan dan preferensi pelanggan. Penerapan strategi pemasaran dan bentuk promosi yang saat ini digunakan oleh Toko Malaka Apparel belum sepenuhnya sesuai dengan karakteristik target pasar yang ada. Akibatnya, promosi yang telah dilakukan kurang efektif dalam mencapai tujuan penjualan.

Penelitian ini dibuat untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk bisnis toko pakaian olahraga Malaka Apparel di Cilacap melalui analisis SWOT. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan jenis penelitian kualitatif. Untuk menganalisis data menggunakan matriks IFAS, EFAS, Diagram SWOT, dan Matriks SWOT.

Hasil menunjukkan bahwa Malaka Apparel berada pada kuadran Kuadran II (Positif, Negatif) yang menandakan bahwa organisasi memiliki kekuatan yang signifikan tetapi dihadapkan pada tantangan yang besar. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah strategi diversifikasi, yang berarti bahwa meskipun organisasi telah kuat, namun organisasi menghadapi sejumlah tantangan yang serius sehingga strategi yang ada saat ini kemungkinan besar tidak akan cukup untuk mengatasi semua masalah yang dihadapi. Oleh karena itu, organisasi disarankan untuk segera menambah variasi strategi dan taktik yang digunakan untuk menghadapi tantangan-tantangan tersebut. Hal ini penting untuk memastikan bahwa organisasi dapat terus beradaptasi dan bertahan dari perubahan yang terjadi di lingkungan bisnisnya.

Kata Kunci: Analisis SWOT dan Strategi Pemasaran

ABSTRACT

Claudio Bagus P. 2024. Marketing Strategy for the Malaka Apparel Sportswear Manufacturing Business in Cilacap Using SWOT Analysis: Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Religion, Siliwangi University

The high level of competition in the business world emphasizes the importance of implementing more efficient and effective marketing activities. To achieve this, a marketing concept is needed that is based on a deep understanding of marketing interests and customer needs and preferences. The implementation of marketing strategies and forms of promotion currently used by Toko Malaka Apparel is not fully in accordance with the characteristics of the existing target market. As a result, the promotions that have been carried out are less effective in achieving sales goals.

This research was made to determine the right marketing strategy for the malaka apparel sportswear shop business in Cilacap through SWOT analysis. This research is a field research with qualitative research type. To analyze the data using the IFAS, EFAS, SWOT Diagram, and SWOT Matrix matrices.

shows that Malaka Apparel is in quadrant Quadrant II (Positive, Negative) signifying that the organization has significant strengths but is faced with great challenges. The strategy recommendation given is diversification strategy, which means that although the organization has been strong, it faces a number of serious challenges so the existing strategy is likely to be insufficient to address all the issues faced. Therefore, the organization is advised to immediately increase the variety of strategies and tactics used to deal with these challenges. This is important to ensure that the organization can continue to adapt and survive the changes that occur in its business environment.

Keywords : SWOT analysis and marketing strategies