

ABSTRAK

Analisis Strategi Pemasaran Pada UD. YANTI Lombok Timur merupakan penelitian yang bertujuan pertama, mengetahui dimana posisi UD. YANTI dibandingkan dengan perusahaan pesaingnya apabila dilihat dari analisis SWOT. Kedua, untuk mengetahui bagaimana strategi yang sebaiknya digunakan oleh UD. YANTI dalam meningkatkan daya saing.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT yang mencoba membandingkan faktor strategi internal dengan faktor strategi eksternal. Dimana konsep berfikirnya adalah bagaimana perusahaan memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada, serta meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman yang datang dari eksternal perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi UD. YANTI dalam analisis SWOT adalah berada pada kuadran I, yaitu posisi kuat/berpeluang. Dimana pada posisi ini perusahaan akan menerapkan strategi pertumbuhan (*Growth Strategy*) melalui Integrasi Vertikal.

Adapun saran yang didapatkan dari hasil penelitian ini adalah: pertama, UD. YANTI perlu melakukan perbaikan pada manajemen pembukuan perusahaannya yaitu, dengan mencatat setiap transaksi yang dilakukan serta melakukan perekapan pada setiap akhir bulannya. Kedua, pemberian kemudahan pembelian bagi para konsumen dengan cara kredit dapat diterapkan oleh UD. YANTI dengan syarat melakukan seleksi terhadap konsumen agar dapat memberikan jaminan untuk melakukan pembayaran tepat pada waktunya. Ketiga, terkait masalah karyawan pada bagian penjualan yang kurang terampil bisa diatasi dengan melakukan penempatan kembali karyawan yang sudah ada atau bila perlu memberikan pelatihan khusus bagaimana melakukan penjualan yang baik.