

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang dimiliki oleh minimarket Mutiara Swalayan. Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan strategi pemasaran efektif yang dapat dijalankan. Pendekatan yang dipakai dalam riset ini adalah analisis SWOT dengan jenis penelitian yang dilakukan secara kualitatif deskriptif untuk mengukur setiap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari minimarket Mutiara Swalayan. Pengumpulan data diberikan kepada staff dan orang-orang yang pernah berbelanja sebanyak 30 responden dengan cara mengisi kuesioner. Adapula, data sekunder yang didapat dari buku-buku, sumber tambahan yang berhubungan dengan penelitian. Temuan penelitian ini menyatakan kalau minimarket Mutiara Swalayan berada di kuadran 1 pada diagram kartesius yang berarti minimarket dapat menerapkan strategi agresif (*growth-oriented strategy*) dari kekuatan yang dimiliki dengan mengoptimalkan peluang yang ada.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Minimarket

ABSTRACT

The objective of this study is to recognize the external and internal factors owned by owned by the Mutiara Swalayan minimarket. This research is expected to produce an effective marketing strategy that can be implemented. The approach utilized in this study is SWOT analysis with a qualitative descriptive type of research to measure each strength, weakness, opportunity, and threat of the Mutiara Swalayan minimarket. Data collection was given to staff and people who had shopped as many as 30 respondents by filling out a questionnaire. There is also additional sources linked to the investigation such as books. The findings of this study indicate that the Mutiara Swalayan minimarket is in quadrant I on the Cartesian diagram, which means that the minimarket can implement an aggressive strategy (growth-oriented strategy) based on its strengths by taking benefit from current opportunities,

Keywords: Marketing Strategy, SWOT Analysis, Minimarket