ABSTRAK

Skripsi yang berjudul **"Penentuan Strategi Pemasaran Melalui Analisa SWOT dalam Peningkatan Daya Saing di CV. Global Warna Sidoarjo"** ini merupakan hasil penelitian deskriptif kualitatif, dimana sebagian data kualitatif yang diperoleh selanjutnya dibuat menjadi kuantitatif dengan menggunakan skala pengukuran bobot dan rating yang biasa digunakan dalam melakukan analisis SWOT. Selain untuk mengetahui mengetahui penerapan strategi pemasaran sebagai upaya peningkatan daya saing, penelitian ini juga bertujuan untuk menjelaskan faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal dan mengetahui cara menentukan strategi pemasaran dengan analisis SWOT dalam peningkatan daya saing di CV. Global Warna Sidoarjo.

Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan cara observasi secara langsung, wawancara mendalam tentang strategi pemasaran dan peningkatan daya saing, yang didukung data dokumentatif dan literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat. Selanjutnya, penelitian ini dianalisis menggunakan teknik analisa SWOT (*Strenghts*, *Weaknesses*, *Opportunities* dan *Threats*).

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa dalam operasionalnya, CV. Global Warna Sidoarjo telah melakukan berbagai kegiatan pemasaran berupa periklanan (*advertising*), pemasaran (*marketing*), publisitas (*publicity*), penjualan perseorangan (*personal selling*), dan penjualan langsung (*direct marketing*) untuk pemasaran produk-produk CV. Global Warna agar konsumen dapat mengenal. Setelah mengenal dan mengetahui keunggulan produk hasil percetakan yang dimiliki oleh CV. Global Warna, maka secara otomatis konsumen akan memesannya. Strategi yang dapat digunakan untuk menentukan strategi bersaing pada CV. Global Warna Sidoarjo yaitu *stable growth strategy*. Artinya, dalam pengembangan ke depan, CV. Global Warna dapat menggunakan strategi pertumbuhan peran namun dilakukan secara bertahap sesuai skala prioritas. Selama menjalankan bisnis percetakan, CV. Global Warna Sidoarjo telah menjalankan prinsip syariah Islam yang mengacu pada sikap budi pekerti mulia (*akhlaqul karimah*). Prinsip-prinsip tersebut terangkum dalam lima sikap dasar, yaitu: *siddiq*, *amanah*, *tabligh*, *fathanah* dan *istiqamah*.

CV. Global Warna hendaknya memperhatikan aspek pemasaran karena kurangnya tenaga pemasaran yang bertugas untuk mendatangi pelanggan. Dalam jangka pendek, pihak perusahaan perlu menambah karyawan bagian pemasaran. Selain itu, pihak perusahaan juga perlu untuk membuat *website* sebagai sarana promosi untuk memperkenalkan jasa perusahaan kepada pihak luar.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisa SWOT, Daya Saing.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id