

ANALISIS PEMASARAN PRODUK PADA UD H. ZAINI

Fandi Ahmad Munadi, Budi Sulistyono, SE, MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2008

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : pemasaran

Abstraksi :

Pada penulisan ini penulis memaparkan tentang analisis pemasaran produk pada UD H. Zaini. Analisis pemasaran merupakan suatu alat yang dapat digunakan untuk menganalisa dan mengetahui bagaimana suatu usaha dagang melakukan upaya-upaya dalam memasarkan produk-produk yang dijualnya. Dalam pembahasan ini, aspek-aspek yang menjadi pertimbangan dan menjadi dasar analisis ini, antara lain adalah kekuatan, kelemahan serta peluang yang dimiliki usaha dagang dan ancaman-ancaman yang harus diwaspadai oleh usaha dagang. Usaha dagang yang menjadi objek penelitian ini adalah UD H. Zaini. Alat analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Data-data diperoleh penulis melalui wawancara, observasi dan study pustaka. Dari hasil analisis pemasaran yang dilakukan, maka dapat diketahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada UD H. Zaini serta letak posisi perusahaan dalam diagram analisis SWOT yaitu pada matrik IE yang didasari oleh analisa internal dan eksternal UD H. Zaini terletak pada sel 5 yang berarti UD H. Zaini berada dalam strategi pertumbuhan dan integrasi horizontal.