

ABSTRAK

Seiring dengan dunia usaha yang berkembang pesat, usaha jasa perdagangan ritel pun mengalami kemajuan yang pesat pula. Jenis-jenis ritel baru pun mulai bermunculan di Indonesia. Di Yogyakarta khususnya, bisnis ritel dapat dijumpai dimana-mana. Persaingan yang semakin ketat ini membuat para pelaku bisnis ritel mulai sadar akan pentingnya pemasaran, khususnya strategi pemasaran yang harus diambil untuk menghadapi lingkungan bisnis.

Sehubungan dengan itu, maka penulis mencoba membahas permasalahan tersebut dengan mengambil subyek pada Citrouli Swalayan, Yogyakarta. Dengan mengangkat persoalan mengenai kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman dari Citrouli Swalayan, sehingga dapat diketahui posisi bisnis saat ini dan strategi pemasarannya. Adapun judul penelitian ini adalah “Analisa Strategi Pemasaran Citrouli Swalayan, Yogyakarta”

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kekuatan-kelemahan dan peluang-hambatan Citrouli Swalayan, Yogyakarta dan untuk mengevaluasi strategi pemasaran yang telah diterapkan serta untuk memformulasikan strategi yang sebaiknya digunakan oleh Citrouli Swalayan untuk menghadapi lingkungan bisnis di masa yang akan datang.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner. Data diperoleh dari hasil jawaban kuesioner dan juga informasi yang diperoleh dari perusahaan. Metode analisis yang digunakan adalah Matiks Daya Tarik Industri (MDTI) dan SWOT. Kedua analisis tersebut berusaha untuk menunjukkan posisi unit bisnis pada saat ini dan alternatif strategi pemasaran yang sebaiknya digunakan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa letak Citrouli Swalayan dalam MDTI berada pada posisi kekuatan bisnis yang tinggi dan daya tarik industri yang tinggi pula. Sedangkan berdasarkan analisis SWOT Citrouli Swalayan berada dalam kuadran I yaitu merupakan situasi yang sangat menguntungkan, dimana strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Sesuai dengan hasil analisis tersebut, maka implikasinya adalah bahwa Citrouli Swalayan harus dapat mempertahankan dan meningkatkan lagi kualitas pelayanannya dan ciri khas yang dimiliki, serta lebih memperhatikan teknik visual dan display dalam penataan produk. Selain itu Citrouli Swalayan dapat meningkatkan kegiatan promosinya, terutama jenis promosi yang rendah biaya agar Citrouli Swalayan dapat terus berkembang dan siap menghadapi lingkungan bisnis di masa yang akan datang.

Kata kunci : *Strategi Pemasaran, Faktor Internal, Faktor Eksternal, MDTI, SWOT*