

Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Dalam Mengatasi Persaingan Pada Telkom Speedy Kandatel Bekasi

Anatesia Setioasri – 1000849681

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh PT. Telkom Kandatel Bekasi dengan produk Internet service provider Telkom Speedy dan memberikan masukan dalam menentukan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan. Hal ini menarik minat penulis untuk menganalisa strategi yang digunakan PT. Telkom Kandatel Bekasi.

Untuk Analisis ini, penulis menggunakan suatu alat bantu yang dikenal dengan nama Analisis SWOT (*Stength, Weaknees, Opportunities, Threats*). metode analisis ini dilakukan melalui Tiga tahap, tahap pertama yaitu tahap pengumpulan data dengan Matriks IFE, EFE, dan CPM. tahap kedua yaitu analisis menggunakan Matriks SWOT, Matriks SPACE, dan Matriks IE, dan tahap ketiga untuk merumuskan Strategi yang tepat sehingga dapat diterapkan dalam perusahaan menggunakan QSPM.

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan dengan IFE dan EFE didapat pada Matriks SWOT beradan di kuadran SO, dimana perusahaan memiliki kekuatan dan peluang yang baik. Dari analisis Matriks SPACE di dapatkan strategi PT Telkom Kandatel Bekasi berada di kudran Agresif dan dari analisis tabel matriks IE tampak bahwa PT. Telkom kandatel Bekasi pada produk Telkom Speedy berada dikuadran 2 dimana perusahaan dalam kondisi tumbuh dan membangun maka dapat dilakukan dengan strategi penetrasi pasar, pengembangan produk dan Diversifikasi Konsetrk. Pada QSPM di dapatkan strategi yang paling tepat untuk PT. Telkom Kandatel Bekasi pada produk Telkom Speedy dalam mengatasi persaingan adalah strategi pengembangan produk. Kemudian pada tahap implementasi strategi dilakukan *Segmenting dan positioning* produk yang secara langsung mempengaruhi variabel bauran pemasaran

Kata Kunci:

Analisis SWOT, Strategi Pemasaran