

PERENCANAAN STRATEGI SISTEM INFORMASI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE ANALISIS SWOT PADA STORY-I SEMARANG

SANDI OSCAR

*Program Studi Sistem Informasi - S1, Fakultas Ilmu Komputer,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang
URL : <http://dinus.ac.id/>
Email : 112200702844@mhs.dinus.ac.id*

ABSTRAK

Story-I Semarang adalah sebuah perusahaan resmi yang sudah mendapat pengakuan dari Apple Inc, untuk menjual produk-produk apple di Semarang. Semakin ketatnya persaingan dalam pasar komputer dan gadget di kota Semarang telah menuntut perusahaan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang tepat dalam menghadapi perubahan situasi pasar. Oleh karena itu, penulis ingin melakukan analisis untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang tepat dan efektif yang dilakukan oleh perusahaan untuk pengembangan pasar. Dalam membuat analisis strategi pemasaran untuk pengembangan pasar, penulis mengacu pada teori-teori dari sistem informasi, seperti : teori pengembangan pasar, analisis eksternal (social, ekonomi, politik, dan sebagainya), analisis internal SWOT (Strenght, Weakness Opportunity Threats). Dari hasil analisis yang telah dilakukan dapat diketahui strategi pemasaran yang tepat yang dilakukan oleh Story-I Semarang untuk pengembangan pasar adalah dengan meningkatkan promosi dalam bentuk promosi bundling. Hal ini ditunjukkan dengan perhitungan nilai Total Attractiveness Score dari strategi alternatif sebesar 5,52. Dengan adanya analisis ini diharapkan terjadi kenaikan penjualan pada Story-I yang signifikan

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Pengembangan Pasar, Analisis SWOT

STRATEGY PLANNING MARKETING INFORMATION SYSTEM USING ANALYSIS SWOT IN THE STORY

SANDI OSCAR

*Program Studi Sistem Informasi - S1, Fakultas Ilmu Komputer,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang
URL : <http://dinus.ac.id/>
Email : 112200702844@mhs.dinus.ac.id*

ABSTRACT

Story-I Semarang is an authorized company that has received recognition from Apple Inc., to sell Apple products in Semarang. Increasing competition in the market for computers and gadgets in Semarang has demanded the company to develop appropriate marketing strategies in the face of changing market situation. Therefore, the authors wanted to do an analysis to determine how the right marketing strategy and effectively carried out by the company for market development. In making the analysis of the marketing strategy for the development of the market, the author refers to the theories of information systems, such as: the theory of market development, external analysis (social, economic, political, and so on), internal analysis of SWOT (Strength, Weakness Opportunities Threats). From the analysis that we can know the right marketing strategy undertaken by Story-I Semarang for market development is to improve the promotion in the form of bundling promotion. This is evidenced by the calculation of Total Attractiveness Score of alternative strategies for 5.52. Given this analysis of expected increase in sales in the Story-I significantly

Keyword : Marketing Strategy, Market Development, SWOT Analysis