

ANALISIS SWOT PADA STRATEGI PEMASARAN PRODUK SEPATU NIKE DI TOKO GOLDEN GOAL

**OKVALY TAQUAL
8223118219**



**Laporan Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan
mendapatkan Gelar Ahli Madya Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2015**

**ANALYSIS SWOT ON MARKETING STRATEGY NIKE AT THE
STORE GOLDEN GOAL**

**OKVALY TAQUAL
8223118219**



*This Scientific Paper Prepared To Meet One Degree Requirements Associate
Expert Getting By Faculty of Economics, State University of Jakarta*

**MARKETING MANAGEMENT DIII
MANAGEMENT DEPARTMENT
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2015**

ABSTRAK

Okvally Taqual. 2015. 8223118219. Analisis SWOT Pada Strategi Pemasaran Produk Sepatu Nike di Toko Golden Goal. Program Studi DIII Pemasaran. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran pada Toko Golden Goal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan menggunakan pengumpulan data melalui studi pustaka, wawancara dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa strategi pemasaran dan SWOT yang dilaksanakan toko Golden Goal meliputi produk, harga, promosi, tempat, dan orang. Sedangkan pembahasan pada SWOT meliputi strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, SWOT

ABSTRACT

OKVALY TAQUAL. 2015. 8223118219. Analysis SWOT on Marketing Strategy Nike at the Store Golden Goal. Marketing Diploma Studies Program. Department of Management. Faculty of Economics. State University of Jakarta.

This paper aims to determine the marketing strategy in Stores Golden Goal. The method used in this research is descriptive analysis by using data gathered through literature studies, interviews and documentation.

From the results of this research is that the marketing strategy and SWOT conducted stores Golden Goal includes product, price, promotion, place, and person. While the discussion on the SWOT includes strategies SO, WO strategy, strategy ST, and WT strategy.

Keywords : Marketing Strategy, SWOT

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN

Pembimbing,

Tanda Tangan

Tanggal

Agung Kresnamurti, R.P. ST, MM
NIP. 19740416 200604 1 001



Ketua Jurusan Manajemen

Jakarta, Juni 2015
Ketua Program Studi
DIII Manajemen Pemasaran



Dr. Hamidah, SE., M.Si.
NIP. 19560321 198603 2 001



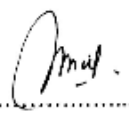

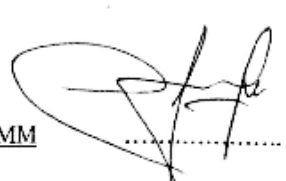
Dra. Umi Mardiyati, M.Si
NIP. 19570221 198503 2 002

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN

Dekan Fakultas Ekonomi - Universitas Negeri Jakarta



Drs. Dedi Purwana, E.S., M.Bus
NIP. 196712071992031001

Nama	Tanda tangan	Tanggal
Ketua Penguji		
<u>Dra. Umi Mardiyati, M.si</u> NIP. 195702211985302002		<u>06/07/2015</u>
Penguji Ahli		
<u>Dr. Mohamad Rizan, SE, MM.</u> NIP. 197206272006041001		<u>06/07/2015</u>
Dosen Pembimbing		
<u>Agung Kresnamurti Rivai.P. ST, MM</u> NIP. 197404162006041001		<u>06/07/2015</u>

v

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia Nya. Karena dengan karunia Nya lah penulis dapat menyelesaikan penyusunan karya ilmiah yang berjudul: Analisis SWOT pada Strategi Pemasaran Produk Sepatu Nike di Toko Golden Goal.

Karya Ilmiah ini disusun dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan penulis untuk memperoleh gelar ahli madya di bidang Pemasaran pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dorongan dan semangat dalam penyusunan Karya Ilmiah antara lain:

1. Agung Kresnamurti, R.P. ST, MM Selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dalam memberikan pengarahan dan masukan untuk Penulis dalam penyusunan Karya Ilmiah ini.
2. Drs. Dedi Purwana selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Hamidah, SE, M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen.
4. Dra. Umi Mardiyati, M.Si. selaku Ketua Program Studi dan sekaligus sebagai Pembimbing Akademik Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Seluruh dosen dan staf administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

6. Kedua orangtuaku tersayang yang telah memberikan nasihat, dukungan, serta doanya kepada penulis.
7. Heksa Ndaru, Olivia, Suci Laila, Ari Agassi, Irdantyo Dimas, dan Anunk Yuniharso, Miftah Fuad, Arif Lukman yang selalu memberikan bantuan, doa dan motivasi.
8. Rekan-rekan mahasiswa DIII Manajemen Pemasaran angkatan 2010 dan 2011 yang tidak dapat disebutkan satu-persatu

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penyusunan Karya Ilmiah ini, oleh karena itu Penulis juga mengharapkan berbagai kritik dan saran yang membangun dari pembaca sehingga dapat menambah mutu Karya Ilmiah ini.

Jakarta, Juli 2015

Okvally Taqual