

ABSTRAK

ANALISIS LIMA KEKUATAN PORTER DAN SWOT UNTUK PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN PERUSAHAAN BONBON

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyusun strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan Bonbon menggunakan analisis lima kekuatan Porter dan analisis SWOT. Produk Bonbon yang dianalisis adalah kemiri. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Data yang dikumpulkan pada penelitian ini adalah wawancara kepada tiga orang narasumber pelaku bisnis kemiri untuk mengetahui kondisi industri kemiri. Observasi dilakukan kepada perusahaan untuk mengetahui kondisi internal perusahaan. Uji validitas dan reliabilitas data pada penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis lima kekuatan Porter dan analisis SWOT. Analisis lima kekuatan Porter bertujuan untuk mengetahui ancaman pendatang baru, kondisi persaingan perusahaan dalam industri, daya tawar pemasok, daya tawar pembeli, dan ancaman produk substitusi. Analisis SWOT bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Hasil dari penelitian ini adalah strategi pemasaran kemiri berdasarkan produk, harga, penyaluran dan promosi. Strategi produk perusahaan yaitu menciptakan dua merk berbeda dengan kualitas tinggi dan rendah. Produk tersebut juga dikemas dengan ukuran yang sesuai dengan permintaan pasar. Harga produk yang ditentukan harus bersaing di pasar dan disesuaikan dengan kualitas produk. Perusahaan juga perlu memperluas area penyaluran ke daerah luar pulau, khususnya daerah yang bukan penghasil kemiri. Strategi promosi yang paling sesuai adalah penawaran secara langsung kepada calon pembeli.

Kata kunci: Analisis lima kekuatan Porter, analisis SWOT, strategi pemasaran

ABSTRACT

MARKETING STRATEGY PLANNING FOR *BONBON* USING FIVE FORCE ANALYSIS AND SWOT ANALYSIS

The purpose of this research is to plan the right marketing strategy for Bonbon using Porter's five force analysis and SWOT analysis. The object of this research is Bonbon's candlenut. This research uses descriptive qualitative method. Data are collected by conducting interviews to three candlenut business owners in order to know the condition of the candlenut industry. Observation is used to know the firm's internal condition. The researcher uses data triangulation to test the validity and the reliability of the outcome. The tools used in this research are Porter's five force analysis and SWOT analysis. Porter's five force analysis is used to determine the threat of new entries, intensity of competitive rivalry, bargaining power of suppliers, bargaining power of buyers, and threat of substitute products. SWOT analysis is used to identify whether the firm's internal and external factors can be categorized as strengths, weaknesses, opportunities, or threats.

The result of this research suggests a marketing strategy which is based on product, price, distribution, and promotion. The product strategy for the firm is the development of two brands; each consisting of high quality and low quality products. The products are packed according to the market's demand. The set price needs to be able to compete in the market in accordance with the product quality. The firm also needs to expand the area of distribution, particularly to areas that do not produce candlenuts. The most suitable promotion strategy is direct marketing to potential buyers.

Keywords: *Porter's Five Force Analysis, SWOT Analysis, Marketing Strategy*