

ABSTRAK

Faradilla Fakhirah Lubis, NPM : 71200312077., Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Minyak Kelapa Sawit (CPO) Pada PT. Perkebunan Nusantara III (PERSERO), dibimbing oleh : Dr.Hj Nilawati Nasti.SE.,M.M Sebagai Pembimbing I dan Ilham Sonata.S.E.,M.M Sebagai Pembimbing II.

Crude Palm Oil (CPO) merupakan komoditas di Indonesia yang mempunyai nilai strategis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang tepat digunakan oleh sebuah perusahaan terhadap peningkatan penjualan minyak kelapa sawit dengan menggunakan analisis SWOT. Strategi pemasaran perusahaan pada dasarnya memperhatikan hal-hal seperti, menganalisis peluang pasar, menyusun strategi pemasaran, merencanakan program pemasaran, dan mengkoordinasikan upaya pemasaran. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang berdasarkan pendekatan deskriptif dengan menggunakan dua jenis data yang primer dan data sekunder. Beberapa metode pengujian yang merupakan langkah langkah dan uji analisis SWOT dengan menggunakan matriks IFAS dan matriks EFAS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa matriks IFAS (0,06) digunakan sebagai sumbu x (horizontal) pada diagram SWOT dan nilai hasil uji matriks EFAS (1,12) digunakan sebagai sumbu y (vertikal) pada diagram SWOT . Hasil pengaplikasian nilai hasil uji matriks IFAS dan matriks EFAS pada diagram SWOT menerangkan bahwa pada daerah I dimana pada daerah itu menggambarkan bahwa faktor faktor internal perusahaan dalam keadaan kuat. Hasil analisis SWOT yang digambarkan dengan menggunakan diagram SWOT menunjukkan perusahaan perusahaan berada pada kuadran I dimana hal tersebut berarti bahwa PT perkebunan Nusantara III Medan adalah strategi agresif yaitu perusahaan harus mampu mengembangkan kekuatan yang ada dan meningkatkan serta mempertahankan peluang yang ada.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Penjualan

ABSTRACT

Faradilla Fakhirah Lubis, NPM : 71200312077., Analysis of Marketing Strategies for Crude Palm Oil Sales at PT. Perkebunan Nusantara III (PERSERO), mentored by: Dr.Hj Nilawati Nasti.SE., M.M as Adviser I and Ilham Sonata.S.E., M.M as Adviser II

Crude Palm Oil (CPO) is a commodity in Indonesia that has strategic value. This study aims to determine what marketing strategies are appropriately used by a company to increase palm oil sales using SWOT analysis. The company's marketing strategy basically pays attention to things like, analyzing market opportunities, developing marketing strategies, planning marketing programs, and coordinating marketing efforts. This research is a qualitative study based on a descriptive approach using two types of data, primary and secondary data. Several testing methods are steps and SWOT analysis tests using the IFAS matrix and EFAS matrix. The results of this study indicate that the IFAS matrix (0.06) is used as the x (horizontal) axis in the SWOT diagram and the EFAS matrix test result value (1.12) is used as the y (vertical) axis in the SWOT diagram. The results of applying the IFAS matrix and EFAS matrix test results to the SWOT diagram explain that in area I where the area illustrates that the company's internal factors are strong. The results of the SWOT analysis described using the SWOT diagram show that the company is in kudran I where this means that PT Perkebunan Nusantara III Medan is an aggressive strategy, namely the company must be able to develop existing strengths and improve and maintain its strengths.

Keywords: Marketing Strategies, SWOT Analysis, Sales.