

ABSTRAK

Yusnidar Lubis, NPM : 71240712017, Strategi Pemasaran Moriflour Moringa Powder (Studi Kasus PT Keloria Moringa Jaya). Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan perusahaan umumnya dan pada bidang pemasaran khususnya. PT Keloria Moringa Jaya yang merupakan perusahaan pengolahan daun kelor menjadi Moriflour Morssinga Powder menghadapi tantangan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat sehingga perlu menentukan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, analisis data dilakukan dengan menggunakan Analisis SWOT (Strengths/kekuatan, Weaknesses/Kelemahan, Opportunities/Peluang, Threats/Ancaman) yang dipadukan dengan penyusunan Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Factor Analysis Summary) untuk menentukan posisi strategis Perusahaan. Penelitian menggunakan metode purposive sampling dan populasi seluruh pihak yang terlibat dalam kegiatan di perusahaan sebanyak 10 orang. Hasil penelitian menunjukkan posisi PT. Keloria Moringa Jaya berada pada kuadran I (Posisi Pertumbuhan), sehingga strategi yang tepat adalah strategi pertumbuhan (growth strategy). Strategi yang dapat diterapkan oleh PT. Keloria Moringa Jaya adalah penetrasi pasar pada pasar dan produk yang sudah ada serta pengembangan pasar untuk memperluas jangkauan ke pasar baru, memanfaatkan seluruh kekuatan untuk memaksimalkan peluang.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, IFAS, EFAS, PT Keloria Moringa Jaya

ABSTRACT

Yusnidar Lubis, Student ID: 71240712017. **Marketing Strategy of Moriflour Moringa Powder (A Case Study at PT Keloria Moringa Jaya)**. Marketing strategy plays a very important role in the success of the company in general and in the marketing sector in particular. PT Keloria Moringa Jaya, a company that processes Moringa leaves into Moriflour Morsinga Powder, faces challenges in increasingly tight business competition, so it is necessary to determine the right marketing strategy for the company. This study uses a qualitative descriptive method, data analysis is carried out using SWOT Analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) combined with the preparation of IFAS (Internal Factor Analysis Summary) and EFAS (External Factor Analysis Summary) matrices to determine the strategic position of the Company. The study uses a purposive sampling method and the population of all parties involved in activities in the company is 10 people. The results of the study show that the position of PT. Keloria Moringa Jaya is in quadrant I (Growth Position), so the right strategy is a growth strategy. Strategies that can be implemented by PT. Keloria Moringa Jaya is market penetration in existing markets and products as well as market development to expand reach into new markets, utilizing all strengths to maximize opportunities..

Keywords: Marketing Strategy, SWOT Analysis, IFAS, EFAS, PT Keloria Moringa Jaya
