

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK OREO  
PADA PT CATUR SENTOSA ANUGERAH CABANG LAMPUNG  
MENGUNAKAN SWOT**

Oleh :

**Ilham Arifman**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, IIB Darmajaya Bandar Lampung

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara meningkatkan penjualan produk Oreo pada PT Catur Sentosa Anugerah Cabang Lampung melalui perencanaan strategis faktor internal dan faktor eksternal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah stakeholder PT Catur Sentosa Anugerah Cabang Lampung. Sampel dalam penelitian ini adalah karyawan PT Catur Sentosa Anugerah yang berjumlah 11 orang. Menggunakan Non-probability sampling yaitu Purposive Sampling. Data yang didapatkan dianalisis menggunakan analisis SWOT dengan bantuan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Catur Sentosa Anugerah Cabang Lampung berada pada Kuadran I strategi pertumbuhan agresif (growth oriented strategy). Hal ini dikarenakan hasil analisis berdasarkan perhitungan IFAS dan EFAS diketahui bahwa nilai tertimbang kekuatan lebih besar daripada kelemahan dan disaat yang sama nilai tertimbang peluang lebih besar daripada ancaman. Akibatnya posisi strategis PT Catur Sentosa Anugerah Cabang Lampung terletak pada kuadran 1 (Kuadran Growth/pertumbuhan), karena kedua selisih nilai tertimbang IFAS dan EFAS adalah positif, yaitu 2,61 (IFAS) dan 3,11 (EFAS). Sedangkan penentuan pilihan strategi yang dapat digunakan oleh PT Catur Sentosa Cabang Lampung adalah Stable Growth Strategy dikarenakan nilai tertimbang Strengths lebih kecil dari nilai Opportunities yaitu,  $S (1,83) < O (2,11)$ .

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Penjualan, SWOT**

**ANALYSIS MARKETING STRATEGIES OF OREO PRODUCT  
AT PT CATUR SENTOSA ANUGERAH BRANCH LAMPUNG  
USES SWOT**

**By :**

**Ilham Arifman**

Faculty of Economics and Business, IIB Darmajaya Bandar Lampung

**ABSTRACT**

The purpose of this study was to find how to increase sales of Oreo products in PT Catur Sentosa Anugerah Lampung Branch through strategic planning of internal factors and external factors. The method of this study used descriptive research method. The population in this study was stakeholders PT Catur Sentosa Anugerah Lampung Branch. The sample in this study were employees of PT Catur Sentosa Anugerah Lampung Branch with 11 business partners. Using Non-probability sampling, namely Purposive Sampling. The data obtained were analyzed using a SWOT analysis in the questionnaire. The result of this study found that PT Catur Sentosa Anugerah Lampung Branch is at Quadrant I (growth). It was because the results of the analysis based on IFAS and EFAS calculations showed that the weighted value of strength was greater than the weaknesses and the weighted value of opportunity was greater than the threat. As a result, the strategic position of PT Catur Sentosa Anugerah Lampung Branch is at quadrant 1 (Quadrant Growth) because the two differences in the weighted value of IFAS and EFAS were positive, namely 2,61 (IFAS) and 3,11 (EFAS). Meanwhile, determining the choice of strategies stated that PT Catur Sentosa Anugerah Lampung Branch was Stable Growth because the weighted value of Strengths is smaller than the value of Opportunities namely,  $(1,83) < O (2,11)$ .

**Keywords : Marketing Strategy, Sales, SWOT**