

ABSTRAK

ANALISIS SWOT PADA DEPARTEMEN DIGITAL MARKETING (PT. TUNAS DWIPA MATRA HONDA LAMPUNG)

Oleh

M. RIDHO SCORFIYANDI KHAFISAR

Setiap usaha memerlukan analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman agar dapat memaksimalkan kekuatan, meminimalkan kelemahan, membangun peluang-peluang dan mengatasi ancaman yang dapat mempengaruhi penjualan. Departemen digital marketing PT. Tunas Dwipa Matra Honda Lampung adalah departemen yang bergerak di bidang pemasaran motor honda melalui pemanfaatan digital marketing. Permasalahan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana penerapan analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman) pada departemen digital marketing PT. Tunas Dwipa Matra Honda Lampung?”. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui analisis SWOT tentang kekuatan, kelemahan, Peluang, dan ancaman pada departemen digital marketing PT. Tunas Dwipa Matra Honda Lampung. Metode yang digunakan untuk memperoleh data sebagai bahan penelitian laporan ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Data dianalisis dengan menggunakan SWOT. Berdasarkan pada pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti menyimpulkan bahwa Departemen digital marketing PT. Tunas Dwipa Matra Honda Lampung sudah mampu bersaing dipasar persaingan yang kompetitif. Berdasar analisis SWOT, Departemen Digital Marketing PT. Tunas Dwipa Matra Honda Lampung dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman tetapi masih terdapat beberapa faktor yang diatasi atau dilaksanakan secara maksimal seperti masih tergolong asing untuk sebagian konsumen, kolaborasi dengan influencer, dan erubahan kebijakan pemerintah.

Kata Kunci : Analisis SWOT, Digital Marketing, PT. Tunas Dwipa Matra