

**PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI
PEMASARAN PADA PT. MANGULOSI MORA
KREASI JAKARTA**

***IMPLEMENTATION OF SWOT ANALYSIS IN MARKETING
STRATEGY AT PT. MANGULOSI MORA
KREASI JAKARTA***

Oleh
CHRISTIN D. E PURBA
2411907727

SKRIPSI



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI**

2026

**PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI
PEMASARAN PADA PT. MANGULOSI MORA
KREASI JAKARTA**

***IMPLEMENTATION OF SWOT ANALYSIS IN MARKETING
STRATEGY AT PT. MANGULOSI MORA
KREASI JAKARTA***

Oleh:

CHRISTIN D. E PURBA

NIM:2411907727

SKRIPSI

Telah disahkan dan disetujui pada:

Tempat : Depok

Tanggal : 17 Juli 2026

Dosen Pembimbing

Ketua Jurusan Manajemen

Muhammad Aziz Winardi N, ST, MM
NUPTK:5557755656137053

Drs Henky Hendrawan, MM, M.Si
NUPTK:7048743644130093

Mengetahui,

Ketua
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S.
NIDN :2017065701

**PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI
PEMASARAN PADA PT. MANGULOSI MORA
KREASI JAKARTA**

***IMPLEMENTATION OF SWOT ANALYSIS IN MARKETING
STRATEGY AT PT. MANGULOSI MORA
KREASI JAKARTA***

Oleh:

CHRISTIN D. E PURBA

NIM:2411907727

SKRIPSI

Telah diujikan pada:

Tempat : Depok

Tanggal : 17 Juli 2026

Ketua Penguji

Anggota Penguji

Gena Prasetya Noor, SH, MM
NUPTK: 1546766667130203

Herman Susilo SE, MM
NUPTK:2533764665131123

Mengetahui,
Ketua
Jurusan Manajemen

Drs Henky Hendrawan, MM, M.Si
NUPTK : 7048743641130093

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Christin D. E Purba

NIM : 2411907727

Judul : Penerapan Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran
Pada PT. Mangulosi Mora Kreasi Jakarta.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil penelitian dan penulisan dari skripsi saya adalah murni hasil pemikiran saya yang dikuatkan dengan adanya cek plagiasi sesuai dengan aturan yang berlaku di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI
2. Hasil penelitian dan penulisan dari skripsi saya ini, dengan ini dialihkan hak nya kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk paten dan juga hal-hal yang berkaitan.
3. Penulisan hasil penelitian ini (skripsi) telah mengikuti kaidahkaidah yang berlaku di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI
4. Apabila dikemudian hari, bahwa hasil penelitian ini dan penulisan skripsi ini mempunyai kesamaan atau terdapat unsur penjiplakan terhadap karya ilmiah orang lain maka dengan ini saya siap menerima sanksi berupa:
 - a. Pencabutan gelar kesarjanaan saya yang telah saya terima.
 - b. Pencabutan ijazah saya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat Untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 17 Juli 2026

Christin D. E Purba
2411907727

PERNYATAAN PENGGUNAAN KECERDASAN BUATAN (AI)

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Christin D. E Purba

NIM : 2411907727

Judul : Penerapan Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran
Pada PT. Mangulosi Mora Kreasi Jakarta.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Dalam penulisan hasil karya ilmiah saya, saya dibantu dengan menggunakan Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence / AI*).
2. Aplikasi Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence / AI*) yang saya pergunakan adalah: ChatGPT
3. Dalam penulisan karya ilmiah ini, saya TIDAK menerapkan SALIN-TEMPEL (*copy paste*) hasil Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence / AI*) kedalam tulisan saya.
4. Seluruh isi, analisis, argumen, data dan kesimpulan yang terdapat dalam karya ilmiah saya, merupakan hasil pemahaman, kajian, dan tanggung jawab penulis secara penuh. Tidak ada bagian dari penulisan ini yang dihasilkan sepenuhnya oleh Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence / AI*) tanpa pengawasan, pemrosesan, atau evaluasi ulang oleh penulis.
5. Apabila dikemudian hari, terdapat pelanggaran terhadap prinsip etika akademik, termasuk penggunaan Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence/AI*) secara tidak tepat yang merupakan bentuk ketidakjujuran ilmiah, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 17 Juli 2026

Christin D. E Purba
2411907727

Nama Lengkap : Christin D. E Purba
NIM : 2411907727
Judul : Penerapan Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran
Pada PT. Mangulosi Mora Kreasi Jakarta.

Abstrak

PT Mangulosi Mora Kreasi merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *Event Organizer* (EO) dan penyewaan perlengkapan adat Batak yang menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran PT Mangulosi Mora Kreasi Jakarta menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan Matriks Internal Factors Analysis Summary (IFAS), External Factors Analysis Summary (EFAS), dan Matriks SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama perusahaan terletak pada kreativitas konsep acara, pelayanan yang profesional, spesialisasi pada *event corporate*, wedding, dan festival budaya Batak, serta dukungan jaringan vendor yang terpercaya. Kelemahan perusahaan meliputi promosi digital yang belum optimal, keterbatasan kompetensi digital marketing, dan ketergantungan terhadap vendor tertentu. Dari sisi eksternal, perusahaan memiliki peluang berupa perkembangan *event hybrid*, pemanfaatan teknologi digital, pertumbuhan pasar *event*, dan penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran. Sementara itu, ancaman yang dihadapi meliputi persaingan yang semakin ketat, kenaikan biaya operasional, perubahan tren pasar, dan fluktuasi harga vendor. Hasil analisis menunjukkan skor IFAS sebesar 2,90 dan skor EFAS sebesar 2,98. Posisi perusahaan berada pada Kuadran I dalam diagram SWOT, yang menunjukkan kondisi mendukung strategi pertumbuhan (*growth strategy*). Oleh karena itu, strategi yang direkomendasikan adalah strategi SO (*Strengths-Opportunities*) dengan memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk menangkap peluang yang tersedia.

Kata kunci: EFAS; *Event Organizer*; IFAS; Strategi Pemasaran; SWOT .

Full Name : Christin D. E Purba
NIM : 2411907727
Title : *Implementation Of Swot Analysis In Marketing Strategy*
At PT. Mangulosi Mora Kreasi Jakarta.

Abstract

PT Mangulosi Mora Kreasi is a company engaged in Event Organizer (EO) services and rental of Batak traditional equipment, facing increasingly competitive business competition. This study aims to analyze the marketing strategy of PT Mangulosi Mora Kreasi Jakarta using SWOT analysis. The research employs a qualitative descriptive method with data collection techniques through interviews, observation, and documentation. Data analysis is conducted using the Internal Factors Analysis Summary (IFAS), External Factors Analysis Summary (EFAS), and SWOT Matrix. The results show that the company's main strengths lie in creative event concepts, professional service, specialization in corporate events, weddings, and Batak cultural festivals, as well as support from a trusted vendor network. The company's weaknesses include suboptimal digital promotion, limited digital marketing competencies, and dependence on certain vendors. Externally, the company has opportunities such as the development of hybrid events, utilization of digital technology, growth in the event market, and the use of social media as a marketing tool. Meanwhile, threats include increasing competition, rising operational costs, changing market trends, and vendor price fluctuations. The analysis results indicate an IFAS score of 2.90 and an EFAS score of 2.98. The company's position is in Quadrant I of the SWOT diagram, indicating a condition that supports growth strategies. Therefore, the recommended strategy is SO (Strengths-Opportunities) strategy by leveraging the company's strengths to seize available opportunities.

Keywords: EFAS; Event Organizer; IFAS; Marketing Strategy; SWOT.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, penulis ucapkan karena berkat dan rahmat, taufik, hidayah, serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Penulis juga bersyukur karena dalam proses penulisan penelitian ini penulis selalu diberikan kesehatan.

Penelitian dengan judul Penerapan Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Pada PT. Mangulosi Mora Kreasi Jakarta ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan penulis memilih judul tersebut yaitu untuk mengetahui cara melakukan penginformasian mengenai *event* organizer kepada perusahaan atau masyarakat yang ingin melakukan persiapan *event* atau acara pernikahan.

Dalam penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S. selaku Ketua Sekolah Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
2. Bapak Drs. Henky Hendrawan, MM. Msi selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
3. Bapak M Aziz Winardi, ST, MM selaku pembimbing yang membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi.
4. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, khususnya Program Studi Manajemen, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajari penulis hingga menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.
5. Para staf dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepuh hati.
6. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2019 yang telah bersama-sama dengan penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita
7. Ibu Sarah Jane Nainggolan selaku pimpinan PT. Mangulosi Mora Kreasi
8. Ayahanda Hamonangan Purba serta Ibunda Masta Simamora tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi dengan baik

9. Kakak Radot Sari Dewi dan abang Martius Manullang selaku wali penulis yang telah mendukung perkuliahan penulis.
10. Abang Hengky Purba dan kakak Kristin Sitindaon selaku wali penulis yang telah mendukung perkuliahan penulis.
11. Keluarga besar Purba yang telah mendukung dan memberikan semangat seta motivasi kepada penulis.
12. Serta pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan dan semangat selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amiin.

Depok, 17 Juli 2026
Penulis,

Christin D. E Purba
2411907727

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PENELITIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN PENELITIAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iv
PERNYATAAN PENGGUNAAN KECERDASAN BUATAN (AI)	v
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Strategi Pemasaran	8
2.2 Tujuan Strategi Pemasaran	8
2.3 Unsur-Unsur Strategi Pemasaran	9
2.4 Level Strategi Pemasaran	11
2.5 Jenis-Jenis Strategi Pemasaran	12
2.6 Tipe-Tipe Strategi	16
2.7 Lingkungan Strategi Pemasaran	18
2.8 Pengertian Pemasaran.....	21
2.9 Bauran Pemasaran	24
2.10 <i>Event organizer</i>	25
2.11 Defenisi SWOT	31
2.12 Tujuan SWOT.....	31
2.13 Metode EFAS dan IFAS	32
2.13.1 Matriks IFAS (Internal Factors Analysis Summary)	32
2.13.2 Matriks EFAS (External Factors Analysis Summary)	33
2.14 Metode SWOT	33
2.14.1 Matriks SWOT.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Fokus Penelitian	39
3.2 Jenis Penelitian	39

3.3 Sumber data	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data	40
3.5 Analisis Data.....	41
3.5.1 Matriks SWOT.....	41
Guideline wawancara	42
BAB IV HASIL PEMBAHASAN	44
4.1 Hasil Observasi.....	44
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	44
4.1.2 Visi dan Misi PT. Mangulosi Mora Kreasi	44
4.1.3 Logo PT. Mangulosi Mora Kreasi	45
4.1.4 Struktur Organisasi PT. Mangulosi Mora Kreasi.....	45
4.2 Analisis Strategi Pemasaran PT Mangulosi Mora Kreasi.....	51
4.2.1 Tujuan Strategi Pemasaran PT Mangulosi Mora Kreasi.....	51
4.2.2 Unsur Strategi Pemasaran PT Mangulosi Mora Kreasi	52
4.3 Analisis Lingkungan Strategi Pemasaran PT Mangulosi Mora Kreasi....	55
4.4 Identifikasi Faktor SWOT	57
4.5 Analisis Matriks IFAS PT Mangulosi Mora Kreasi.....	59
4.6 Analisis Matriks EFAS PT Mangulosi Mora Kreasi.....	62
4.7 Posisi PT Mangulosi Mora Kreasi Berdasarkan Matriks SWOT	64
4.8 Matriks SWOT.....	65
4.9 Pembahasan	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	79
RIWAYAT HIDUP.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matriks SWOT.....	34
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 4.1 Matriks IFAS PT Mangulosi Mora Kreasi.....	61
Tabel 4.2 Matriks IFAS PT Mangulosi Mora Kreasi.....	63
Tabel 4.3 Matriks SWOT PT Mangulosi Mora Kreasi.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1. Logo PT. Mangulosi Mora Kreasi.....	45
Gambar 4. 2. Struktur Organisasi PT.Mangulosi Mora Kreasi	46
Gambar 4. 3. Diagram kartesius analisis SWOT PT Mangulosi Mora Kreasi ...	66