

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif non experiment dengan menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode analisis SWOT, wawancara, dan observasi. Adapun analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dengan model analisis SWOT dan analisis interaktif.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui strategi yang paling tepat dalam mengembangkan usaha Pogo Store yaitu : a. meningkatkan kepercayaan pelanggan, b. memperkuat image di masyarakat, dan c. meningkatkan kualitas produk Pogo Store melakukan promosi dengan melakukan kegiatan sponsor event, baner, brosur yang di berikan ke masyarakat, dan membuat web agar memudahkan pelanggan memesan produk dari luar kota. Pogo Store menetapkan harga penjualan produk dari 10% hasil produksi. faktor strategis internal 2,5, dan faktor strategis eksternal 2,35 menunjukkan titik koordinat terletak pada titik S (Kekuatan) dan Titik O (Peluang),

Akhir penulis menyarankan terlebih dahulu membuat inovasi produk agar produk usaha sendiri lebih banyak dari produk hasil usaha lain, meningkatkan pemasaran agar masyarakat lebih tau tentang Pogo Store, dan meningkatkan kualitas produk agar meningkatkan penjualan Pogo Store Kota Bukittinggi. Karena pada dasarnya antara faktor-faktor penting dalam suatu keberlangsungan usaha, meningkatkan promosi produk agar Pogo Store dikenal masyarakat secara luas sehingga dapat bersaing dengan pesaing, dan Pogo Store harus melihat dari kelemahan usaha, ancaman usaha, dan peluang usaha untuk melanjutkan kegiatan usaha.

Kata kunci : Analisis Penetapan Harga, Strategi Usaha, Periklanan dan Meningkatkan Penjualan.

ABSTRACT

This research is descriptive of non penenlitian experiment using a qualitative approach, with the method of SWOT analysis, wawancaran, and observations. As for the analysis of qualitative descriptive analysis is developed with the model of interactive analysis and SWOT analysis.

Based on the research results can be known strategy in developing Pogo Store efforts, namely: a. increases consumer trust b. strengthen the image in community, and c. improved the quality of the product. Pogo Store did a promotion with sponsor activities event, banners, brochures that are given to the public, and make the web so that makes it easy for customers to order products from out of town. Pogo Store set the sales price of the product from the 10% yield. internal strategic factors 2.5, and external strategic factors 2.35 showing the coordinate point is located at point S (Strength) and Point O (Opportunity),

The late author suggest first make product innovation in order to make the product their own business more than other business results of products, increase the marketing so that the public know more about Pogo Store, and look for alternative raw materials because of the raw materials It is difficult in a can, and improve product quality in order to improve sales Pogo Store Bukittinggi. Because it is essentially between the factors important in a business continuity, increases product promotion in order to make the public known Pogo Store broadly so that it can compete with the competitors, and Pogo Store must see dai weakness of efforts, the threat of businesses, and business opportunities to continue their business activities.

Keywords: Pricing Analysis, Business Strategy, Advertising and Increase Sell.