

BAB IV

KESIMPULAN

Hasil analisa SWOT menunjukkan nilai faktor internal dengan koordinat $x = +2,62$ dan nilai faktor eksternal dengan koordinat $y = +0,4$ yang apabila diinterpretasikan pada titik $z (2,62; 0,4)$ masuk kuadran pertama. Hal ini menunjukkan bahwa situasi perusahaan *nugget* udang yang dikaji mempunyai kekuatan dari faktor produk, harga, promosi, *market leader* serta jalur distribusi dan mempunyai peluang dari faktor kondisi demografi dan psikografi, pertumbuhan ekonomi, kemajuan teknologi dan informasi serta bentuk perizinan sehingga pemasaran *nugget* udang di wilayah Surabaya berpotensi untuk direalisasikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonymous. 2008. *Life Cycle Blog*. <http://www.bloggerch.com/2008/06/life-cycle-blog.html> (27 Mei 2010)
- Badan Pusat Statistik. 2005. *Jumlah Penduduk menurut Kelompok Umur, Jenis Kelamin, Provinsi, dan Kabupaten/Kota, 2005*. www.datastatistikindonesia.com/component/option,com_tabel/kat,1/itabel,116/Itemid,165/ (27 Mei 2010)
- Fitriati, A.R. dan R. Cahyani. 2008. *Pemasaran Dasar*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Fuad, M., Christin H., Nurlela, S., dan Paulus. 2006. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kasali, R., 1998. *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, P. dan K.L. Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Indonesia: PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Pearce, J. Dan R. Robinson. 1997. *Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, F., 2006. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Simamora, B., 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, H., 2000. *Business An Introduction*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama