Universitas Indonesia Library >> UI - Skripsi Membership

Konsep analisis pengembangan strategi pemasaran dengan metode portfolio matrix dan marketing mix

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20247631&lokasi=lokal

---

Abstrak

Situasi pasar dan lingkungan bisnis yang cenderung tidak stabil dan berubah secara mendadak dengan arah yang sering tak terduga serta krisis ekonomi yang berkepanjangan yang melanda Indonesia sekarang ini pada akhirnya memaksa perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia untuk selalu menyesuaikan konsep dan strategi perusahaannya dengan situasi dan kondisi yang ada agar dapat tetap bersaing dalam persaingan yang begitu ketat di dalam memperebutkan pangsa pasar. Bagi perusahaan besar di Indonesia yang memiliki pangsa pasar lokal yang baik, kondisi seperti ini merupakan tantangan yang serius. Pengembangan strategi pemasaran yang tepat menjadi hal yang mutlak dalam kondisi seperti sekarang ini. Salah satu perusahaan yang menghadapi kondisi ini dan yang menjadi studi kasus dalam penelitian ini adalah PT X, yang mana salah satu bisnis utamanya adalah bergerak dalam bidang industri deterjen. Industri deterjen di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat dan persaingan yang ketat. Setiap perusahaan harus berusaha untuk mengembangkan strategi pemasaran yang tepat agar dapat menyesuaikan diri dan bersaing dalam situasi dan kondisi yang ada sekarang ini. Dalam studi kasus ini, pengembangn strategi pemasaran yang tepat haruslah dikaitkan dengan identifikasi dan analisis lingkungan industri dimana bisnis deterjen PT X bersaing (analisis Five Force Porters); analisis dan evaluasi lingkungan internal dan eksternal PT X untuk mengetahui faktor-faktor yang merupakan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki PT X serta faktor-faktor yang merupakan peluang dan ancaman yang akan dihadapi PT X di dalam menjalankan bisnis detejennya (analisis SWOT); serta identifikasi posisi atau kekuatan persaingan suatu perusahaan dalam industri (portfolio matrix) dan bauran pemasaran yang dimilikinya (marketing mix). Dalam analisis pengembangan strategi pemasaran dengan menggunakan portfolio matrix yang dikembangkan oleh General Electric (GE) dan Mc kinsey Co., penelitian ini dapat mengidentifikasi bahwa deterjen A dan B produksi PT X berada pada posisi yang kuat dalam persaingan bisnis dan daya tarik industri deterjen di Indonesia. Berdasarkan posisinya tersebut, maka strategi yang diusulkan untuk dilakukan PT X sesuai dengan strategi yang diusulkan dalam matriks GE adalah melakukan investasi untuk tumbuh dan melindungi posisi bagi masing-masing unit bisnis deterjen tersebut. Dengan demikian, maka dalam hal ini PT X harus menetapkan suatu strategi pemasaran yang tidak hanya dapat mempertahankan posisi dan pangsa pasar yang telah dikuasainya sekarang, melainkan juga dapat meningkatkan pangsa pasar lokal untuk produk deterjennya, yaitu dengan mengembangkan strategi yang tepat yang berkaitan dengan bauran pemasaran (marketing mix) untuk produk deterjennya sesuai dengan lingkungan industri/lingkungan bisnis (five force porters) yang dihadapi dan SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats) yang dimilikinya.