Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

# Strategi segmentasi, targeting, positioning PT. PGN (Persero) untuk substitusi BBM

Joki Eko Juswanto H., author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=77240&lokasi=lokal

---

Abstrak

ABSTRAK
PT Perusahaan Gas Negara (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang transmisi dan distribusi Gas Bumi.

Masalah utama yang dihadapi oleh PT.Perusahaan Gas Negara (Persero) adalah pemberian subsidi BBM oleh pemerintah yang masih tinggi, sehingga harga jual BBM lebih rendah dari harga jual Gas Alam, dan ini berdampak pada penjualan Gas Alam. Untuk itu PT.PGN (Persero) dalam strategi pemasarannya harus betul-betul memperhatikan STP.

Penelitian ini diawali dengan menganalisis kondisi lingkungan eksternal dan internal perusahaan dengan menggunakan analisis SWOT dengan maksud agar diperoleh gambaran yang obyektif tentang kekuatan dan kelemahan perusahaan serta ancaman dan peluang.

Dari hasil analisis SWOT diperoleh peta posisi bisnis PT Perusahaan Gas Negara (Persero) berada pada kuadran I, yang berarti Perusahaan harus melakukan Strategi Pertumbuhan. Dari hasil analisis juga diperoleh Kompetensi Inti Perusahaan adalah operasi jaringan pipa, pemasaran, dan pelayanan pelanggan. Dengan berbekal kompetensi inti ini diharapkan dapat mendukung strategi Segmentasi, Targeting, Positioning untuk subsitusi BBM.