

Strategi pemasaran baja batang kawat dalam menghadapi pasar bebas : studi kasus pada PT. Krakatau Steel

Untung Yudo Asmoro, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=77358&lokasi=lokal>

Abstrak

Dari hasil analisis SWOT diperoleh peta posisi bisnis PT Krakatau Steel berada pada kuadran I, yang berarti PT Krakatau Steel harus melakukan Strategi Pertumbuhan. Dari hasil pemetaan dengan GE Matrik diperoleh posisi bersaing tiap segmen pasar antara lain : Segmen Paku/Kawat berada pada elemen II GE Matrik , maka strateginya growth and build dengan pilihan strategi pengembangan produk dan pengembangan pasar. Untuk segmen Wire Mesh/Distributor dan High End berada pada elemen V, maka strateginya Hold and maintain dengan strategi pilihan untuk Wire Mesh/Distributor adalah membina hubungan dengan pelanggan, untuk High End strateginya pengembangan produk dan pengembangan pasar. Segmen lain-lain berada pada elemen VII, maka strateginya adalah Harvest of divest, dengan strategi pilihan pengurangan produk. Untuk dapat menunjang keberhasilan strategi perusahaan, dikembangkan teknik bauran pemasaran, dengan dititik beratkan pada strategi harga dan strategi distribusi langsung.