Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis (Membership)

Strategi pemasaran produk kabel PT. Terang Kita

Deskripsi Dokumen: http://lib.ui.ac.id/bo/uibo/detail.jsp?id=74817&lokasi=lokal

---

Abstrak

PT. Terang Kita adalah sebuah perusahaan yang memproduksi produk kabel untuk listrik dan telekomunikasi dan untuk kabel-kabel yang digunakan di dalam gedung yang terletak di jalan Raya Bogor Km. 29,6 Cimanggis, Bogor. Perusahaan ini menghasilkan 4 juta kmsc kabel telepon dan 30.000 ton kabel listrik. Perusahaan ini mengalami kesulitan dalam memasarkan produknya karena beralihnya pelanggan ke perusahaan kabel lain sehingga image perusahaan dikalangan pelanggan menurun.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis dengan jalan menggambarkan kondisi lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan serta meninjau permasalahan yang dihadapi perusahaan.

Guna mengembangkan strategi bersaing dilakukan analisis Proses Hirarki Analitik (PHA) yang terdiri dari satu hirarki yang terdiri dari empat tingkat : tingkat pertama adalah fokus yaitu strategi bersaing, tingkat kedua adalah faktor yang menentukan dalam strategi bersaing, tingkat ketiga adalah tujuan yang ingin dicapai dalam strategi bersaing dan tingkat keempat adalah alternatif strategi. Melalui penilaian faktor-faktor yang mempengaruhi strategi bersaing dapat dinilai bahwa faktor yang paling menentukan dalam strategi bersaing adalah harga produk yang bersaing dengan bobot 0,30919. Sedangkan tujuan yang ingin dicapai dari strategi bersaing adalah mempertahankan diri dengan bobot 0,36575. Alternatif strategi yang paling cocok bagi PT. Terang Kita adalah strategi biaya rendah dengan bobot 0,35617.

Untuk mendukung strategi biaya rendah yang dijalankan oleh PT. Terang Kita selanjutnya dikembangkan kebijakan bauran pemasaran yaitu, kebijakan produk, kebijakan harga, kebijakan distribusi dan kebijakan promosi yang sesuai dengan strategi tersebut.