

STRATEGI PEMASARAN PADA PT. SURYA TOTO INDONESIA

Tubagus Taufan Supriatna, TITIEK IREWATI, Ir. MM.

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2008

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : strategi pemasaran

Abstraksi :

Analisis strategi pemasaran merupakan salah satu alat yang digunakan untuk menganalisa dan mengetahui bagaimana suatu perusahaan melakukan upaya-upaya dalam memasarkan produk-produk yang dijualnya. Dalam pembahasan ini banyak sekali aspek-aspek yang menjadi pertimbangan dan yang menjadi dasar analisis ini, antara lain faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang yang didapatkan oleh perusahaan dengan segala macam ancaman-ancaman yang harus diwaspadai oleh perusahaan tersebut. Perusahaan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang sanitary yaitu PT. Surya Toto Indonesia. Pada penelitian ini penulis meneliti Perusahaan ini, baik dari Lingkungan Internal maupun Eksternal perusahaan. Alat analisis yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah Analisis SWOT. Data-data diperoleh penulis secara langsung dari perusahaan yang menjadi objek penelitian ini. Dari hasil analisis strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh Toto dengan metode analisis SWOT, dapat diketahui strategi pemasaran yang dipakai oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan pasar yaitu berdasarkan strategi bauran pemasaran atau 4P (Product, Price, Place, Promotion) yang diantaranya mencakup pemilihan bahan baku yang berkualitas, model yang sesuai dengan keinginan pasar, harga yang sesuai dengan kualitas, kekuatan distribusi, dan promosi yang kuat. Analisis IFAS dan EFAS memperlihatkan bahwa letak posisi perusahaan berada pada kuadran pertama yang berarti perusahaan masih mempunyai potensi untuk terus tumbuh, sehingga perusahaan tetap dapat mengembangkan produknya dengan menerapkan strategi yang bersifat Growth atau pertumbuhan .