

ANALISA STRATEGI PEMASARAN PT. MUSTIKA RATU. TBK MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT

VIKEN ARMIRINTA, IRWANDARU DANANJAYA.SE.MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2008

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : strategi pemasaran

Abstraksi :

Dengan adanya isu global warning saat ini dan keadaan udara yang kotor membuat semua orang khawatir dengan keadaan kecantikan dan tubuh mereka khususnya wanita. Dengan adanya peluang tersebut maka banyak perusahaan yang memproduksi produk kosmetika dan perawatan tubuh, sehingga menimbulkan persaingan yang ketat. Dengan situasi dan kondisi tersebut mau tidak mau memaksa setiap perusahaan terus mengembangkan usahanya serta secara intensif memantau kondisi pesaing. Demi tercapainya misi, tujuan, dan kebijakan perusahaan tersebut, setidaknya dibutuhkan suatu rencana kerja yang bernama strategi pemasaran pada umumnya dan strategi kosmetika dan perawatan tubuh pada khususnya. Untuk menetapkan suatu strategi tersebut, perusahaan kosmetika dan perawatan tubuh perlu mengamati lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Dengan demikian perusahaan dapat melihat apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan. Analisis yang mencakup empat faktor tersebut biasa disebut dengan analisis SWOT. Dengan melakukan analisis SWOT perusahaan dapat dengan segera memberikan respon terhadap kebutuhan konsumen dan mempertahankan pangsa pasarnya dari pesaing. Dengan menggunakan metode SWOT pula, penulisan ilmiah ini berujuan untuk mengetahui penentuan strategi pemasaran yang relevan bagi PT. Mustika Ratu. Tbk, serta mengetahui persaingan usaha kosmetika dan perawatan tubuh lainnya. Hasil dari analisis strategi faktor internal dan eksternal diketahui bahwa posisi Mustika Ratu berada dalam posisi pertumbuhan, posisi dimana strategi tersebut merupakan pertumbuhan perusahaan itu sendiri atau upaya diversifikasi, dengan tetap mengantisipasi tantangan dan ancaman pesaing yaitu semua perusahaan kosmetika dan perawatan tubuh baik pesaing besar, pesaing lama dan pendatang baru, serta tetap mengontrol kekuatan dan kelemahan internal serta terus melihat dan memanfaatkan peluang yang setiap saat muncul