

# PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PADA PERUSAHAAN IWAN SASIRANGAN DI BANJARMASIN

Oleh: **KHAIRUNNISA ( 02610111 )**

accounting

Dibuat: 2007-12-12 , dengan 3 file(s).

**Keywords:** Strategi pemasaran, Analisis EFAS & IFAS, dan Matrik SWOT.

## ABSTRAKSI

Pada skripsi ini penelitian dilakukan pada perusahaan Iwan Sasirangan, usaha kecil dan menengah yang bergerak dalam bidang pembuatan kain sasirangan di Banjarmasin (Kal-Sel) dengan judul “ Penerapan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan Iwan Sasirangan di Banjarmasin”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui posisi perusahaan diantara pesaing lainnya dan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat untuk digunakan pada perusahaan Iwan Sasirangan di Banjarmasin. Alat analisis yang digunakan untuk mengetahui strategi apa yang biasa dijalankan oleh perusahaan adalah dengan menggunakan alat analisis EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary) dan analisis IFAS ( Internal Factor Analysis Summary) yang kemudian dimasukkan dalam matrik SWOT untuk memperoleh dan mengetahui posisi perusahaan diantara pesaing dan strategi pemasaran apa yang bisa diterapkan atau dijalankan pada perusahaan. Dengan hasil untuk faktor eksternal yang meliputi : peluang perusahaan; pertumbuhan ekonomi yang meningkat (0,30), jumlah penduduk yang semakin meningkat (0,80), dukungan dari pemerintah (0,20), dan posisi perusahaan sebagai pemimpin perusahaan (0,30). Sedangkan ancaman yang dihadapi perusahaan yaitu ; laju inflasi yang meningkat (0,30), persaingan yang ketat (0,40), dan masuknya trend busana luar di kalangan masyarakat (0,10). Sehingga total skor sebesar 2,40. Hal ini menunjukkan bahwa faktor eksternal perusahaan mempunyai pengaruh sedang terhadap faktor strategis perusahaan. Untuk faktor internal yang meliputi : kekuatan perusahaan ; kain sasirangan yang beragam (0,45), daerah distribusi yang luas (0,60), banyaknya pameran yang diikuti (0,80), dan pelayanan yang diberikan (0,20). Sedangkan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan meliputi; iklan media yang masih kurang (0,20), dan harga yang bersaing (0,40). Sehingga total skor sebesar 2,65. Hal ini menunjukkan bahwa faktor internal perusahaan mempunyai pengaruh sedang terhadap faktor strategis perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa perusahaan Iwan Sasirangan berada pada posisi pemimpin pasar (market leader). Dan menggunakan strategi pemimpin pasar yang meliputi : strategi memperluas pasar keseluruhan; pemakai baru, penggunaan baru, dan penggunaan yang lebih sering, strategi mempertahankan pangsa pasar ; pertahanan posisi, pertahanan rusuk, pertahanan mendahului, pertahanan serangan balik, pertahanan bergerak, dan pertahanan mundur dan strategi memperluas pangsa pasar. Hal ini dapat dilakukan dengan menerapkan harga yang kompetitif dan juga perusahaan harus selalu menyesuaikan diri dengan lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Dengan adanya perubahan strategi pemasaran yang tepat diharapkan volume penjualan perusahaan dapat meningkat.

## ABSTRACT

Keyword : Strategy Marketing, Analyse EFAS & IFAS, and MATRIK SWOT.

At this skripsi of research conducted at company of Iwan Sasirangan, peripatetic small and medium industry in the field of making of cloth of sasirangan in Banjarmasin (Kal-Sel) with title “ Applying Of Strategy Marketing At Company of Iwan Sasirangan in Banjarmasin”. Intention of this research to know company position among other competitor and to know correct marketing strategy to be used at company of Iwan Sasirangan in Banjarmasin. Analyzer used to know strategy what ordinary habit is run by company is by using analyzer of EFAS (External Factor Analysis Summary) and analysis of IFAS (Internal of Factor Analysis Summary) what was later packed into by SWOT matrik to obtain and know company position among marketing strategy and competitor what is applicable or run at company. With result for the factor of external covering: opportunity of company; growth of economics which mounting (0,30), residents amount which progressively mount (0,80), support of government (0,20), and company position as acting manager (0,30). While threat faced by company that is ; accelerating inflation which mounting (0,30), tight emulation (0,40), and entry of external cloth trend among society (0,10). So that totalize score equal to 2,40. This matter indicate that factor of external company have influence are to strategic factor of company. For internal factor which cover : strength of company ; cloth of sasirangan the have immeasurableness (0,45), wide of distribution area (0,60), to the number of exhibitions followed (0,80), and given service (0,20). While weakness which is owned by company cover; media advertisement which still less (0,20), and price competing (0,40). So that totalize score equal to 2,65. Hal this indicate that internal factor of company have influence is to strategic factor of company. Pursuant to research result and solution can be concluded that company of Iwan Sasirangan reside in on course leader of market (leader market). And use strategy leader of market covering : strategy extend entirety market; new user, new usage, and usage which is a more regular, strategy maintain market compartment ; defence of position, defence of flank, defence precede, defence of attack return, peripatetic defence, and backward defence and strategy extend market compartment. This matter can be done/conducted by applying price which is competitive as well as company have to always adapt to environment of external and internal of company. With existence of change of expected by correct marketing strategy of volume sale of company can mount.