

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsep pemasaran strategis yang akan diterapkan oleh CV. Gunung Batujajar. Latarbelakang penelitian dilakukan karena peranan divisi pemasaran dan tenaga pemasar yang belum optimal untuk menjadi peranan strategis, melihat peluang perusahaan yang masih bisa dioptimalkan dengan kekuatan dan pembenahan perusahaan. Dari hal ini maka dilakukan penelitian faktor internal dan eksternal perusahaan, sebagai analisa strategis untuk perusahaan.

Lingkungan internal perusahaan, merupakan faktor yang dapat dikendalikan oleh perusahaan (*controllable factors*). Sedangkan, lingkungan eksternal perusahaan, merupakan faktor yang pada umumnya tidak dapat dikendalikan oleh manajemen (*uncontrollable factors*). Analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats*) membantu perusahaan dalam menaklukkan pasar dan memenangi persaingan dengan kompetitor, dan alat yang digunakan adalah matriks SWOT.

Pada analisis SWOT akan dilakukan pembobotan aspek internal dan eksternal perusahaan yang akan membantu dalam mengambil keputusan sesuai dengan prioritasnya masing-masing. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan pihak perusahaan. Penggunaan matriks SWOT pada perusahaan akan membantu dalam merumuskan strategi secara lebih komprehensif. Perumusan strategi akan dilakukan dengan cara mengelompokkan unsur-unsur SWOT ke dalam tabel matriks. Matriks SWOT juga membantu dalam alternatif strategi apa yang mungkin diperlukan untuk menyelesaikan masalah.

Hasil matriks SWOT terintegrasi melalui strategi yang digunakan, seperti: perusahaan menggunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada, lalu mengatasi semua kelemahan dengan memanfaatkan peluang, menggunakan semua kekuatan untuk menghindari dari semua ancaman, dan menekan semua kelemahan lalu mencegah semua ancaman. Produksi sampai 50.000 m<sup>3</sup>/bulan, menganalisis pangsa pasar produk batubata, pemanfaatan lahan untuk *outbound* sebagai strategi SO (*Strength-Opportunities*). Memanfaatkan jalur protokol alternatif, membina masyarakat sebagai tanggung jawab perusahaan, sebagai strategi ST (*Strength-Threats*). Memanfaatkan segmen komersil sebagai prioritas utama, Merekrut tenaga pemasar yang handal, sebagai strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*). Tingkatkan efektifitas dan efisiensi dalam berproduksi, Aturan *maintenance*, Menata ulang sistem pemasaran, sebagai strategi WT (*Weaknesses-Threats*).

CV. Gunung Batujajar dalam menciptakan formula strategi pemasaran yang komprehensif dan pengimplementasiannya sangat membutuhkan tenaga-tenaga pemasar yang berkompeten, survey pemasaran strategis bagi perusahaan, lalu penciptaan nilai-nilai yang akan menjadi budaya bagi perusahaan. Sehingga akan tercipta simbiosis yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan *stakeholder*, melalui nilai yang diberikan untuk menciptakan kepuasan yang berkelanjutan. Hal ini akan menentukan CV. Gunung Batujajar dalam mempertahankan keberlangsungan hidupnya.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Perencanaan Pemasaran Strategis.

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	6
1.3. Maksud dan Tujuan penelitian.....	7
1.4. Kegunaan Penelitian.....	7
1.5. Kerangka Penelitian .....	9
1.6. Sistematika Penulisan.....	17
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Pemasaran Sebagai Konsep Pemasaran Stratejik.....	19
2.2. Filosofi Pemasaran Sebagai Konsep Stratejik.....	22
2.3. Konsep Manajemen Stratejik.....	28
2.3.1. Faktor Internal .....	32
2.3.2. Faktor Eksternal .....	34
2.3.3. Analisis SWOT. ....	38

### **BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

3.1. Objek Penelitian .....	43
3.2. Sejarah Singkat CV. Gunung Batujajar .....	44
3.3. Struktur Organisasi.....	46
3.4. Metode Penelitian.....	53
3.4.1. EFAS ( <i>Eksternal Strategic Factor Summary</i> ).....	56
3.4.2. IFAS ( <i>Internal Strategic Factor Summary</i> ) .....	58
3.4.3. Analisis SWOT .....	60
3.4.4. Matriks SWOT.....	63

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Pendahuluan .....	66
4.2. Faktor Strategis Eksternal .....	67
4.2.1. Industri Batuan Andesit.....	67
4.2.2. Peluang Pasar .....	70
4.2.3. Pesaing .....	73
4.3. Faktor Strategis Internal.....	77
4.3.1. Lingkup Perusahaan .....	77
4.3.2. Pengelolaan Pemasaran .....	78
4.4. Matriks SWOT .....	81

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....**

87

### **DAFTAR PUSTAKA .....**

89

## DAFTAR GAMBAR

Gambar No.	Hal.
1.1. Model Umum dan Model Realistis Pemasaran .....	11
1.2. Input Untuk Peramalan .....	14
1.3. Analisis SWOT .....	15
2.1. Proses Manajemen Stratejik.....	30
2.2. Model Lima Kekuatan Persaingan.....	36
2.3. Analisis SWOT .....	38
3.1. Struktur Organisasi CV. Gunung Batujajar .....	47

## DAFTAR TABEL

Tabel No.	Hal.
2.1. Keunggulan dan Kelemhan SWOT.....	39
3.1. Analisis Faktor Strategik.....	60
3.2. Pembobotan Aspek Internal dan Aspek Eksternal.....	61
3.3. Model Matriks Analisis SWOT .....	63
4.1. EFAS ( <i>Eksternal Strategic Factor Summary</i> ) .....	72
4.2. IFAS ( <i>Internal Strategic Factor Summary</i> ).....	76
4.3. Matriks Analisis SWOT.....	78