

ABSTRAK

Perusahaan yang berhasil dan memiliki kinerja yang baik tahu bagaimana cara menyesuaikan diri dengan pasar yang terus-menerus berubah. Mereka selalu melakukan perencanaan strategis dengan memonitor daya tarik industri yang dihadapi perusahaan serta mengevaluasi kekuatan bisnis yang dimiliki perusahaan itu sendiri. Dengan demikian perusahaan akan senantiasa mengetahui posisi bisnisnya dipasar dan mampu mengelola usahanya. Sehingga perusahaan akan tetap sehat walaupun peristiwa yang tidak diharapkan melanda usahanya.

Atas dasar ruang lingkup pembahasan tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah pertama, mengidentifikasi posisi daya tarik pasar yang dihadapi PT. Radio Permata Swaranusa (MTV SKY 88,7 FM Jogja) dan posisi kekuatan bisnis yang dimiliki PT. Radio Permata Swaranusa (MTV SKY 88,7 FM Jogja). Kedua menganalisa strategi pemasaran yang tepat yang sebaiknya dilakukan perusahaan guna mempertahankan posisi dari para pesaing di pasarnya.

Karena penelitian ini difokuskan pada analisa internal perusahaan dalam mengumpulkan data digunakan metode wawancara, daftar pertanyaan (kuisisioner). Alat analisis yang digunakan untuk mengolah data yang diperoleh adalah analisis Matrik Daya Tarik Industri.

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel yang mempengaruhi strategi pemasaran PT. Radio Permata Swaranusa (MTV SKY 88,7 FM Jogja) meliputi variabel eksternal yaitu luas pasar, pertumbuhan pasar, intensitas persaingan, kesiapan teknologi, implikasi inflasi, daya beli konsumen, situasi sospol. Sedangkan variabel internal meliputi pangsa pasar, pertumbuhan perusahaan, kualitas produk, kekuatan merek, efektifitas promosi, kapasitas produksi, unit *cost* produk, operasional siaran, riset dan pengembangan, kinerja karyawan. Se jauh ini, strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan sangat baik. Hal ini juga didukung oleh analisa posisi yang dilakukan berdasarkan Matrik Daya Tarik Industri dimana perusahaan berada posisi kuat baik ditinjau dari besarnya daya tarik industri maupun kekuatan bisnis, dan oleh karena itu untuk kedepannya perusahaan sebaiknya menerapkan beberapa strategi "lindungi posisi" sebagaimana terurai pada bab ke-lima mengenai implikasi strategi.