

ABSTRAKSI

Yusmiharnantyo Aryo Wibowo. **Analisis Strategi Pemasaran Pada CV GRAHADI Surakarta Dalam Menghadapi Persaingan**. Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen, Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta 2006

Dalam kehidupan ekonomi, peranan dunia usaha semakin menampakkan kemajuan yang sangat pesat. Hal ini disebabkan karena adanya persaingan yang semakin ketat dari para pengembang usaha. Untuk dapat bertahan dalam persaingan tersebut, perusahaan harus menggunakan strategi yang tepat dalam menjalankan usahanya. Untuk membantu perusahaan dalam proses pengambilan keputusan yang semakin sulit dan rumit diperlukan manajemen strategi. Manajemen strategi disini yang dimaksud adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendesak yang dibuat manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran organisasi dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Dalam pengambilan keputusan tentang strategi perusahaan, hal yang harus dilakukan perusahaan adalah menganalisa lingkungan yang mempengaruhi perusahaan. Setiap organisasi bisnis dihadapkan kepada dua jenis lingkungan yaitu lingkungan internal dan eksternal. Lingkungan internal dianalisa untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan sedangkan lingkungan eksternal dianalisa dalam rangka mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan.

CV GRAHADI sebagai target penelitian menyadari bahwa perubahan lingkungan terjadi dengan sangat cepat sehingga perusahaan harus mengetahui serta mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan. Strategi yang dipakai sekarang belum tentu cocok dengan kondisi lingkungan yang ada, oleh karena itu perusahaan harus cepat tanggap terhadap perubahan lingkungan disekitarnya sehingga mampu menetapkan strategi yang tepat bagi perusahaan.

Dengan metode MDTI kita bias mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan. Setelah menentukan indikator internal dan eksternal dengan metode MDTI dengan mengolah data, maka dapat ditemukan strategi yang tepat bagi perusahaan. Perusahaan mempunyai nilai tertimbang variable internal 4,03 dan untuk nilai tertimbang variable eksternal 3,99 sehingga berada pada kekuatan bisnis yang besar dan peluang dan ancaman yang medium. Strategi penerapan yang dianjurkan adalah pertumbuhan selektif, investasi agresif dan memelihara posisi di tempat lain.