

ABSTRAKSI

Kota Kudus terkenal sebagai kota kretek, kota wisata dan kota industri. Tercatat sampai tahun 2005 lebih dari 10 perusahaan yang bergerak dalam produksi sirup sebagai industri dibidang makanan. Salah satunya adalah Perusahaan Sirup "POPI" Kudus. Bisnis ini memiliki tingkat persaingan yang sangat kompetitif, sehingga memerlukan strategi bisnis yang baik untuk menghadapi persaingan. Dengan mengambil latar belakang masalah tersebut penulis mengambil judul Analisis Strategi Pemasaran pada Perusahaan Sirup "POPI" Kudus dalam Menghadapi Persaingan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui posisi bisnis perusahaan dan menetapkan strategi apa yang tepat bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisa matrik MDTI dengan 5 skala. Langkah pada matrik MDTI adalah mengidentifikasi variabel internal dan eksternal, memberikan penilaian masing-masing variable dan menentukan posisi perusahaan.

Hasil dari analisa tersebut memperlihatkan bahwa variabel internal perusahaan bernilai tertimbang 3,31 dan nilai tertimbang variabel eksternalnya adalah 3,75. Posisi perusahaan adalah di pertumbuhan selektif dengan kategori medium. Implementasi strateginya adalah Memimpin berdasarkan segmen, memperbaiki kelemahan, dan membangun keunggulan.