

Strategi pemasaran perusahaan kosmetik WARDAH dalam memasuki pasar

Fortuna Zain Hamid, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=71366&lokasi=lokal>

Abstrak

Perencanaan dan strategi harus disusun dengan sebaik-baiknya agar sebuah perusahaan dapat meraih sukses di bidangnya. Pada kenyataannya banyak perusahaan yang di mulai dari skala yang kecil tetapi pada akhirnya dapat menjadi sebuah perusahaan yang berhasil. Untuk dapat menjadikan perusahaan tersebut berhasil bukanlah pekerjaan mudah dibutuhkan perencanaan dan strategi yang matang dan kerja keras dari seluruh SDM perusahaan.

PT Pusaka Tradisi Ibu Produsen kosmetik wardah adalah sebuah perusahaan yang punya potensi untuk maju. PT PTI saat ini berada pada kondisi yang sehat baik dari segi keuangan dan SDM. Keuntungan yang diperoleh dari tahun ke tahun terus meningkat, pangsa pasarnya pun cukup besar. Produk yang dihasilkan dari segi kualitas dan itemnya sudah menyamai pruduk yang saat ini menduduki posisi sebagai pemimpin pasar di dunia kosmetik.

Kosmetik ini mempunyai ke khususan yang ditujukan pada pangsa pasar yang belum dilirik oleh pengusaha kosmetik lain. Strategi yang dijalankan perusahaan saat ini sudah cukup baik .Untuk dapat menduduki posisi sebagai pemimpin pasar maka perusahaan ini harus merumuskan strategi yang lebih tajam lagi. Untuk itulah penulis tertarik untuk melakukan penelitian di perusahaan ini dan mencoba untuk merumuskan strategi yang bagaimana yang harus dijalankan perusahaan ini dimasa mendatang agar dapat memasuki pasar dengan baik dan akhirnya dapat menjadi pemimpin pasar.

Untuk merumuskan strategi ini penulis menggunakan analisis SWOT. Dengan melihat kepada SWOT yang dimiliki perusahaan dan memperhitungkan kondisi eksternal dan internal perusahaan telah dirumuskan strategi tersebut.