

## Identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran perusahaan dalam menghadapi persaingan (dengan pendekatan analisa manajemen strategi dan manajemen resiko)

Budi Prasetyo Utomo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=82966&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor-faktor eksternal dan internal perusahaan berupa analisis SWOT untuk menyusun merencanakan strategi marketing, mengidentifikasi faktor-faktor yang dianggap beresiko dan dapat mempengaruhi keberhasilan/kegagalan strategi tersebut dan memformulasikan suatu model manajemen strategi dan manajemen resiko yang efektif yang dapat membantu pemegang keputusan untuk menentukan strategi marketing.

Metode penelitian yang dilakukan adalah dengan cara studi pustaka, wawancara dan kuesioner pada 20 manajer PT. VSL Indonesia, data market proyek yang ada 4 tahun terakhir, trend market, market proyek kedepan yang teridentifikasi, pertumbuhan Jasa konstruksi (percentage market jasa konstruksi) dari informasi brosur, maupun kuisisioner, dan literatur.

Hasil penelitian ini dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal SWOT secara detail maka strategi yang tepat untuk diterapkan di PT VSL adalah : Market Penetration, Market Development, Product Development dan Backward Integration.

Dari hasil analisa beberapa faktor yang akan mempengaruhi keberhasilan / kegagalan strategi marketing, antara lain: Kekuatan Tawar Pembeli dan Persaingan antar Perusahaan berupa tuntutan janji, tepat waktu, informasi approach /network, harga kompetitif kualitas unggul, engineering support, dukungan-finansial.memiliki probabilitas yang tinggi dan akan berpengaruh kepada kinerja perusahaan secara umum, dengan metode korelasi Pearson menggunakan Software SPSS 11.0 dimana implementasinya strategi yang dikelompokkan menjadi dua faktor yang paling dominan dalam persaingan yaitu kekuatan tawar pembeli dan persaingan antar perusahaan.

Model regresi yang dihasilkan adalah : $Y = 4,300 - 0,334 X_1 + 0,239 X_2$ .

Dari hasil penelitian lain (resiko) dengan menggunakan metoda AHP menggunakan software windows excel, juga mengungkapkan disamping faktor-faktor yang berpengaruh terhadap analisis strategi bersaing, terdapat 4 faktor-faktor dominan lainnya yang juga perlu diperhitungkan, antara lain: bahan bakar, pertumbuhan industri, hambatan kompetitor untuk mengundurkan diri dari bisnis ini cukup tinggi.

The objectives of the study are to identify the external and internal factors of SWOT analysis to plan the marketing strategy, to identify the risk factors which influence the successful/failure of the strategy, and formulate the effective management strategic model and risk management to help the decision makers to decide the marketing strategy.

The research method using literature review, interviews and questionnaires to 20 managers of PT. VSL Indonesia, market project data from the last 4 years, market trend, identified future projects, and growth of construction industry.

The result of SWOT analysis is to implement Market Penetration, Market Development, Product Development and Backward Integration. The factors affecting the successful and failure of strategy are the Power of Buyer and The Industry Competitiveness consists of the keeping promise. On time information approach, competitive price, premium quality, engineering support, financial support.

Regression model from the analysis  $V = 4,300 - 0,334 X1 + 0,239 X2$ .

From the risk factor using AI-IP method there are four other factors, which should be considered; raw material, industry growth, high competitor barrier to exit.</i>