

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA PT.POS INDONESIA CABANG KARAWANG

Oleh: Rodi

Hartono

15416261201170

ABSTRAK

Era globalisasi saat ini, banyak perusahaan logistic yang berdiri dengan berbagai produk atau jasa baru yang ditawarkan. Semakin bertambahnya perusahaan-perusahaan logistik yang ada, tentunya akan memperketat persaingan dalam pasar. Ketatnya persaingan menyebabkan perusahaan berusaha untuk memenangkan persaingan dengan cara menerapkan strategi yang tepat sehingga dapat mewujudkan tujuan perusahaan sesuai dengan apa yang diharapkan. PT Pos Indonesia mempunyai pesaing yang sangat kuat dalam pengiriman surat dan barang.

Penelitian yang dilakukan di PT Pos Indonesia cabang Karawang ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman. Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif deskriptif, dengan analisis data menggunakan matriks IFE, matriks EFE, matriks IE dan matriks SWOT. Berdasarkan analisis data untuk matriks IFE 2.9894 dan EFE 2.8632 yang dipetakan ke dalam matriks IE dapat disimpulkan bahwa PT Pos Indonesia Cabang Karawang berada pada posisi *Growth*, dengan alternatif strategi yang tepat digunakan berdasarkan kuadran adalah strategi pertumbuhan.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman.

ANALYSIS OF MARKETING STRATEGY IN PT. POS INDONESIA KARAWANG BRANCH

By:
Rodi Hartono
15416261201170

ABSTRACT

The era of globalization, many companies stand with various new products or services offered. The increasing number of existing companies, of course, will tighten competition in the market. The tight competition causes companies to try to win competition by implementing the right competitive strategies so that they can carry out and realize the company's goals in accordance with what is expected. PT.Pos Indonesia has a very strong competitor in the delivery of letters and goods.

The purpose of the research at PT Pos Indonesia Karawang branch was to identify internal factors that are strengths and weaknesses as well as external factors that are opportunities and threats. This research uses descriptive quantitative analysis method, with data analysis using IFE matrix, EFE matrix, IE matrix and SWOT matrix. Based on data analysis for IFE 2.9894 and EFE 2.8632 matrices mapped into the IE matrix, it can be concluded that PT Pos Indonesia Karawang Branch is in the Growth position, with the right alternative strategy used based on the quadrant is growth strategy.

Keywords: *Marketing Strategies, Strengths, Weaknesses, Opportunities And Threats.*