

PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA MIKRO SARUNG TENUN PT. MIHRAB TEX”

Nama : Haiqal Mashabi
NIM : 1011610502
Pembimbing : Marisya Mahdia Khoirina,SM., M.M.

ABSTRAK

Rumusan Masalah dari penelitian ini adalah faktor internal dan eksternal apakah yang ada pada PT. Mihrab Tex dan bagaimana strategi yang diterapkan perusahaan agar dapat berkembang dan bersaing dipangsa pasar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang ada pada PT. Mihrab Tex serta mengembangkan alternatif strategi yang dapat diterapkan perusahaan agar dapat berkembang bersaing dengan kompetitor Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi serta. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 3 informan yang termasuk petinggi perusahaan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan analisis SWOT. Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif dan uji triangulasi Setelah dilakukan analisis didapatkan hasil penelitian bahwa PT. Mihrab Tex dilihat dari faktor internal didapatkan strategi ekspansi, startegi MTO (*make to order*) safety stock, strategi penetrasi pasar serta strategi intention. Sedangkan untuk faktor eksternal didapatkan strategi pelatihan.

Kata kunci: Identifikasi strategi, Analisis SWOT, PT. Mihrab Tex

“MARKETING STRATEGY PLANNING IN MICRO BUSINESS WEAVING PT. MIHRAB TEX”

Name : Haiqal Mashabi
Nim : 1011610502
Supervisor : Marisya Mahdia Khoirina S.M., M.M.

ABSTRACT

The formulation of the problem of this research is what internal and external factors exist at PT. Mihrab Tex and how the strategy is implemented by the company in order to develop and compete in the market. The purpose of this study was to determine the internal and external factors that exist at PT. Mihrab Tex and develop alternative strategies that can be applied by the company in order to develop to compete with competitors. Data collection was carried out by interviews and documentation as well. This study used a sample of 3 informants including company officials. The research method used in this research is descriptive quantitative with SWOT analysis. The analytical method used is descriptive and triangulation test. After the analysis was carried out the results showed that PT. Mihrab Tex, seen from internal factors, obtained an expansion strategy, MTO (make to order) safety stock strategy, market penetration strategy and intention strategy. Meanwhile, for external factors, a training strategy is obtained.

Keywords: strategy identification, SWOT analysis, PT. Mihrab Tex