

RINGKASAN

Frenky Agung Apriyanto. 0810840045. Analisis Strategi Pemasaran Ikan Beku Pada PT. Insuma Global di Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur. Dibawah bimbingan Dr. Ir. Nuddin Harahap, MP Sebagai pembimbing utama dan Zainal abidin,S.pi,MP,MBA. Sebagai pembimbing pendamping

Dalam persaingan di era globalisasi seperti saat ini, sektor pemasaran dalam perusahaan perlu mendapatkan perhatian serius dari pihak perusahaan terutama pada proses penetapan strategi pemasaran. pemilihan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan pasar yang dilayani oleh perusahaan sehingga sasaran yang ditetapkan dapat tercapai dan berkembang dengan baik maka harus dapat menciptakan kemampuan bersaing baik dalam hal jenis produk, harga maupun segmen yang dituju sehingga dapat menghasilkan produk yang mampu bersaing dan memenangkan persaingan. Seperti yang dialami oleh PTT Insuma Global dalam perjalanan memasarkan hasil produk berupa ikan beku. Adapun tujuan penelitian ini adalah 1) Mengetahui profil perusahaan P.T Insuma Global, 2) Mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran PT Insuma Global 3) Menyusun alternatif strategi pengembangan bisnis yang dapat diterapkan oleh perusahaan

Jenis analisis adalah analisis deskriptif. Jenis data primer diperoleh dari observasi, wawancara langsung dan pengambilan dokumentasi. Sumber data sekunder yang diperoleh dari: staf kantor Kecamatan Gempol, literatur-literatur yang digunakan dasar dalam penelitian (jurnal dan laporan di badan pusat statistik dan kantor Kecamatan Gempol). Sample penelitian ini terdiri dari 3 kepala devisa, yaitu dari *director perusahaan* Bapak Rudi, *marketing manager* Bapak Djoko dan *production manager* Bapak Udin PT INSUMA GLOBAL. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan 2 (dua) metode, yaitu: Deskriptif Kualitatif dan menggunakan matriks matriks *Internal Faktor Analysis Summary* (IFAS), *Eksternal Faktor Analysis Summary* (EFAS), pada tahapan input data, matriks *Internal eksternal* (IE), *Grand Matriks* dan SWOT.

Kekuatan adalah lokasi perusahaan, produk yang ditawarkan, kapasitas produksi perusahaan, kualitas produk, dan persediaan produk. Untuk factor kelemahan adalah manajemen tidak melakukan orientasi pengembangan, promosi perusahaan yang tidak rutin, produksi manual, tidak ada SOP, pengelolaan keuangan. Diperoleh analisa faktor kekuatan utama perusahaan adalah produk yang ditawarkan dengan nilai skor 0.43 telah diakui sebagai faktor yang paling menentukan dalam produksi dan merupakan kekuatan perusahaan yang harus dipertahankan untuk memberikan yang terbaik terhadap konsumen. Sedangkan faktor yang menjadi kelemahan utama perusahaan adalah produksi masih dilakukan dengan manual dengan nilai skor 0.09. Faktor kelemahan utama ini hendaknya dapat diatasi perusahaan dengan melakukan pembelian alat – alat produksi yang sifatnya otomatis dan dapat mendukung kualitas serta kuantitas yang terukur. peluang adalah permintaan ikan, kebiasaan mengkonsumsi ikan, perkembangan teknologi, ketersediaan bahan baku. Sedangkan hasil factor ancaman adalah kenaikan harga BBM terhadap produksi, pasar bebas dunia, perusahaan pesaing, fluktuasi permintaan. Bobot terbanyak dari peluang yang

dimiliki PT Insuma Global berdasarkan hasil adalah permintaan konsumsi terhadap ikan dengan skor 0,55, sedangkan pada ancaman yang memiliki bobot yang harus diperhatikan adalah lemahnya Pasar bebas dunia dan fluktuasi permintaan konsumen dengan skor 0,23.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut: PT. Insuma Global merupakan perusahaan yang bergerak pada prosesing ikan beku. Perusahaan yang telah bergerak sejak tahun 1991 ini memasarkan produknya ke Jepang, Singapura untuk pasar Luar Negeri dan di Wilayah Surabaya untuk pemasaran dalam negeri. Pada lingkungan internal (IFAS) PT. Insuma Global, yang menjadi kekuatan utama adalah kualitas produk yang dihasilkan, sedangkan yang menjadi kelemahan utama adalah manajemen perusahaan masih sederhana, dan sistem pengelolaan keuangan. Pada lingkungan eksternal (EFAS) PT. Insuma Global yang menjadi peluang utama dari perusahaan adalah ketersediaan bahan baku dengan ancaman utama perusahaan adalah, keberadaan produk substitusi. Strategi pemasaran yang harus dijalankan berdasarkan hasil Matriks Internal Eksternal (IE), Grand matriks dan matriks SWOT didapatkan rekomendasi strategi bagi perusahaan, yaitu, strategi mempertahankan (hold): peningkatan kualitas dan kapasitas produksi, dan perusahaan meningkatkan kualitas SDM. strategi memelihara konsumen (consumer maintenance) : menjaga loyalitas konsumen dan melakukan kontrak kerja sama jangka panjang. Strategi penetrasi pasar (market penetration): pengembangan pasar dan promosi efektif.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis maka saran untuk PT. Insuma Global adalah: Pengembangan perusahaan harus terus dilakukan seiring berjalannya waktu, dikarenakan perusahaan pesaing juga mengembangkan perusahaannya. Perbaiki kualitas manajemen dengan lebih memperhatikan perekrutan karyawan dengan tingkat pendidikan setinggi-tingginya karena kualitas SDM juga menentukan arah dari pengembangan perusahaan. Monitoring secara keseluruhan bidang perusahaan secara berkala agar perusahaan mampu melihat permasalahan serta memperbaiki daya dukung yang ada untuk mengatasi