

MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN MELALUI ANALISIS SWOT PADA PERUSAHAAN AIR MINERAL DI SURABAYA

Oleh : Sumiati

**Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

ABSTRACT

The purpose of this study was to analysis the marketing strategies in order to know what the strategy should be used in increasing the product selling between the competitors. This research used a qualitative method with SWOT analysis for maximize the role of the power factors and utilization of opportunities and tools to minimize threats and weaknesses, so that the SWOT analysis of the company can properly select and determine a marketing strategy that will be used, while the results of the data analysis showed that the value of internal strategic factors are in a strong position that is equal to 2:46 and external strategic factors value that is equal to 2.71, so when that's value inserted into the internal-external matrix, the Company position was located at Kuadran V to the cell, its mean that the grand strategy appropriate for the company in this cell is "Hold and Maintain". In this strategy the company should applied the penetration strategy and product development strategies, and marketing strategies that fit the strategy of primary demand and selective demand strategy.

Keyword: SWOT, Internal Environment, External Environment and Market Strategy

1. PENDAHULUAN

Persaingan yang harus dihadapi dalam dunia usaha sebagai dampak adanya pasar global memaksa perusahaan untuk dapat beroperasi secara efektif dan efisien. Fungsi manajemen yang berkaitan dengan perencanaan, koordinasi, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian harus dapat dilaksanakan secara tepat guna menghadapi tantangan masa depan. Untuk itu diperlukan visi strategis yang mencakup pengambilan keputusan mengenai dimana, kapan dan bagaimana bersaing serta mencakup keputusan untuk tidak bersaing. Dalam pengambilan keputusan tersebut diperlukan pengetahuan tentang kebutuhan pasar, persaingan, dan keunggulan bersaing dalam organisasi.

Bisnis air minum dalam kemasan (AMDK) semakin hari semakin marak bukan hanya pabrikan besar namun usaha-usaha skala kecilpun sudah mulai merambah ke bisnis AMDK ini karena setiap orang membutuhkan produk air untuk minuman sehari-hari. Berkaitan dengan menjamurnya bisnis air minum, pemerintah sebenarnya juga sudah lama meregulasi melalui Keputusan Menteri Kesehatan (Menkes) Nomor 907/IMENKES/SKNIV/2002 tentang Syarat-Syarat dan Pengawasan Kualitas Air Minum. Di dalamnya juga ditetapkan parameter yang sangat penting untuk diketahui konsumen, apakah air minum itu masih merupakan air yang harns melalui proses pengolahan apabila akan dikonsumsi ataukah air minum itu tanpa proses pengolahan karena telah memenuhi syarat kesehatan sehingga dapat langsung diminum.

Melihat keadaan di atas maka sebagai salah satu perusahaan penghasil air minum dalam kemasan (AMDK) yang berada di kota Surabaya PT Atlantic Biru Raya juga tentu mengalami banyak kendala yang dihadapi seperti naiknya ongkos produksi, serta