

ABSTRAK

Industri furnitur merupakan salah satu industri yang mendukung ekspor Indonesia. Walaupun demikian, studi ekspor furnitur yang menggunakan metode analisis *market based analysis*, masih terbatas penelitiannya. Penelitian ini menggunakan studi kasus perusahaan PT KACIPTA yang bertujuan untuk mengembangkan usaha mereka menjadi ekspor ke Amerika Serikat.

Studi analisis mencakup pengamatan pangsa pasar di Amerika Serikat dan bagaimana PT KACIPTA menyusun strategi yang efisien. Hasil analisis menggunakan metode *market based analysis* menunjukkan posisi perusahaan dan langkah-langkah strategi yang bisa diambil.

Langkah-langkah strategi pemasaran terbagi dalam *marketing mix* yang terdiri dari strategi produk, strategi harga, strategi distribusi, dan strategi pemasaran. Setiap strategi direncanakan dengan menggunakan *market based analysis* sebagai dasarnya.

ABSTRACT

Furniture industry is one of the industries that support Indonesian exports. However, studies on furniture exports using market-based analysis are still limited. This research uses PT KACIPTA as a case study, a company that aims to expand their business into exports to the United States. The analysis includes observing market share in the United States and how PT KACIPTA formulate an efficient strategy. The results of the analysis using market-based analysis methods indicate the company's position and strategic steps that can be taken. The steps of the marketing strategy are divided into a marketing mix consisting of product strategies, pricing strategies, distribution strategies, and marketing strategies. Each strategy is planned using market based analysis as the basis.