

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI PEMASARAN PT. BRATACO CHEMIKA TAHUN 2018-2021**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan pemasaran produk-produk PT. Brataco Chemika, untuk menganalisis peluang dan ancaman pemasaran produk-produknya serta untuk merancang formulasi strategi pemasaran yang baru dengan pendekatan bauran pemasaran baik pada pelanggan tetap dan prospek. Jenis penelitian ini merupakan penelitian terapan dalam perusahaan yang menjadi objek kajian. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT. Data dikumpulkan dari wawancara dan observasi yang kemudian diverifikasi dan diinterpretasikan untuk diambil sebuah kesimpulan strategi dalam sebuah matriks SWOT.

Berdasarkan analisis penulis menggunakan matriks SWOT, perusahaan berada dalam posisi Invest, strategi yang cocok adalah strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan pasar dan strategi pengembangan produk sebagai pemimpin pasar pemasok bahan kimia ritel di Indonesia. Kekuatan yang paling menonjol adalah kerjasama yang baik antara perusahaan dengan industri kecil/industri rumah tangga dengan memberikan kursus formulasi bahan kimia disamping memiliki kelemahan yaitu belum memiliki manufaktur industri yang mampu memproduksi bahan kimia tertentu sementara kompetitor memiliki fasilitas pabrik industri yang harus diwaspadai oleh perusahaan. Namun Brataco tetap memiliki peluang besar dalam mengembangkan pasar ritel di pulau-pulau atau wilayah yang belum dilakukan penetrasi pasar dengan strategi *Blue Ocean Strategy*.

Kata kunci: analisis SWOT; bauran pemasaran; strategi pemasaran

## **ABSTRACT**

### **MARKETING STRATEGY OF PT. BRATACO CHEMIKA IN 2018-2021 PERIOD**

This study aimed to analyze the strengths and weaknesses of PT. Brataco Chemika's marketing products, to analyze the opportunities and threats of those marketing products and to design the new marketing strategy formulation with a marketing mix approach both existing and prospect customers. The type of research is applied research in companies where has become object of study. The research method used qualitative analysis using SWOT analysis. Data is collected from interviews and observations then verified and interpreted to formulate a new strategy conclusion in a SWOT matrix.

Based on the author analysis using SWOT matrix, the result has shown that Brataco is in the Invest's position, a suitable strategy is market penetration strategy, market development strategy and product development strategy as market leader in retail chemical suppliers in Indonesia. The most striking strength is having good cooperation between companies with small industries/home industries by providing courses on chemical formulation. Besides, company has a weakness that not having an industrial manufacturing division that can produce certain chemicals while Brataco's competitors have industrial manufacturing that company must pay attention for. However, Brataco still has a great opportunity to develop retail markets in other island or region that have not been penetrated with the Blue Ocean Strategy.

Keywords: SWOT analysis; marketing mix; marketing strategy