

ABSTRAK

MARKETING STRATEGY OF SOLAR PANEL PT. PJB PRODUK PANEL SURYA PT. PJB PADA PASAR BISNIS

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja di dalam lingkungan usaha bisnis yang dapat mempengaruhi dari bisnis PJB dalam industri panel surya dan mengetahui daya tarik industri panel surya. Dari faktor lingkungan yang tersebut dapat mendukung PJB bersaing dengan pesaing. Untuk dapat bersaing dengan pesaing maka diperlukan sebuah strategi pemasaran. Dalam menyusun strategi pemasaran menggunakan analisis kualitatif dengan menggunakan metode 4C (*Context, Company, Customer* dan *Competitor*). Jenis penelitian merupakan penelitian terapan dalam perusahaan yang menjadi objek kajian. Data dikumpulkan melalui beberapa wawancara dan observasi yang kemudian diverifikasi dan diinterpretasikan untuk diambil kesimpulan strategi pemasaran produk panel surya.

Berdasarkan dengan kondisi lingkungan eksternal yang mendukung bisnis panel surya dan analisis industri yang tumbuh pesat maka PJB tetap menjalankan bisnis panel surya. PJB memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan pesaing dengan beberapa pengalaman dan sertifikasi yang telah didapatkan. Selain itu PJB memiliki kekuatan untuk bersaing dengan nama besar PLN yang dapat dijadikan *brand* produk panel surya mendapatkan persepsi yang baik bagi konsumen. Dari analisis konsumen dapat diketahui perilaku konsumen terhadap produk panel surya dan siapa saja yang berperan dalam memutuskan pembelian produk panel surya pada pasar bisnis. Penelitian ini juga mengidentifikasi pesaing saat ini dan strategi pemasaran pesaing. Dari analisis 4C dapat dibentuk strategi *marketing mix* dengan arahan strategi bisnis manajemen PJB.

Kata kunci: analisis 4C; strategi pemasaran; pasar bisnis

ABSTRACT

MARKETING STRATEGY OF SOLAR PANEL PT. PJB FOR BUSINESS MARKET

This study aims to determine what factors in the business environment that can influence the PJB business in the solar panel industry and determine the attractiveness of the solar panel industry. From these environmental factors, it can support PJB to compete with competitors. To be able to compete with competitors, marketing strategy is needed. To arrange process a marketing strategy using qualitative analysis using the 4C method (Context, Company, Customer and Competitor). This type of research is applied research in companies that are subject to study. Data was collected through interviews and observations which were then verified and interpreted to conclude marketing strategies for solar panel products.

Based on the external environmental conditions that support the solar panel business and analysis of the rapidly growing industry, PJB continues to run the solar panel business. PJB has a competitive advantage compared to competitors with some experience and certifications that have been obtained. In addition, PJB has the power to compete with the big name PLN which can be used as a brand of solar panel products to get a good perception for consumers. From consumer analysis it can be seen that consumer behavior towards solar panel products and anyone who plays a role in deciding the purchase of solar panel products in the business market. This research not only identifies current competitors but also competitors' marketing strategies. From the 4C analysis a marketing mix strategy can be formed with the direction of the PJB management business strategy

Keywords: 4C analysis; marketing strategy; business market