

Nomor Mahasiswa : 2014023296

Nama Mahasiswa : Radhi Milzam

Program/Angkatan : WM71

Judul Tesis : Rancangan Strategi Pemasaran Cargloss Helmet
Untuk 2016-2018

Tahun Kelulusan : 2015

ABSTRACT

Cargloss Helmet is one of the company products by PT.Putra Prima Glosia, under the umbrella of the corporation of Cargloss Group. From the early review and research that has been done by researcher, developing marketing strategies for Cargloss Helmet is necessary thing to do. Because the marketing strategies that has been done by the company are still not create maximal impact from the marketing activities. This research formulate some of marketing strategies, such as market segmentation, market positioning, targeting, and marketing mix. To formulate that strategy, internal and external analysis are needed from Cargloss Helmet itself. This research is using quantitative and qualitative methods. The quantitative research is using online questionnaires that has been spread to 132 respondents. Whereas qualitative research conducted by direct interview to the internal party of the company, in purpose to find the facts that occurred in the field and also by reading relevant literature. From the analysis result, the TOWS matrix is used to formulate the right and suitable strategy with alternative market penetration strategy and product development strategy. After the research comparison result, showed that the strategy of market penetration is more prioritize thing to do for Cargloss Helmet, due to consider the threats, opportunities, weaknesses and strengths of the company. The implementation program of this strategy within offline and online marketing activities, such as organize an events, expand distribution and maximize the internet as a marketing tool.

Keywords: marketing, market penetration, TOWS matrix, strategy, helmet

Nomor Mahasiswa : 2014023296

Nama Mahasiswa : Radhi Milzam

Program/Angkatan : WM71

Judul Tesis : Rancangan Strategi Pemasaran Cargloss Helmet
Untuk 2016-2018

Tahun Kelulusan : 2015

ABSTRAK

Cargloss Helmet sebagai salah satu produk yang dikeluarkan oleh perusahaan PT.Putra Prima Glosia, dibawah payung korporasi Cargloss Group. Dilihat dari padangan dan penelitian awal yang dilakukan peneliti, perkembangan strategi pemasaran untuk Cargloss Helmet dirasa penting untuk dilakukan. Karena ditemukannya masih belum maksimalnya dampak dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Penelitian ini merumuskan pemilihan beberapa strategi pemasaran seperti segmentasi pasar, *market positioning, targeting dan marketing mix*. Untuk merumuskan strategi tersebut dilakukan analisis internal dan eksternal dari perusahaan Cargloss Helmet. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan menyebarluaskan kuesioner secara *online* kepada 132 responden. Sedangkan penelitian kualitatif dilakukan dengan wawancara langsung kepada pihak internal perusahaan untuk menemukan fakta yang terjadi di lapangan serta membaca *literature* terkait. Dari hasil analisis tersebut, digunakan matrix TOWS untuk merumuskan strategi dengan hasil alternatif strategi *market penetration* dan *product development*. Setelah dilakukan perbandingan strategi maka didapatkan hasil bahwa *market penetration* menjadi strategi yang di prioritaskan untuk dijalankan oleh Cargloss Helmet, karena mempertimbangkan ancaman, peluang, kelemahan dan kekuatan perusahaan. Program implementasi dari strategi tersebut terdapat pada aktivitas pemasaran dari segi *offline* dan *online* seperti menyelenggarakan *event*, memperluas distribusi dan memaksimalkan sarana internet sebagai alat pemasaran.

Kata Kunci : Pemasaran, market penetration, matrix TOWS, strategi, helm