

ABSTRAK

PT Grolier Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di industri buku anak. Perusahaan ini memiliki beberapa produk unggulan, seperti *Fun Thinker*, *Talking English*, *Logico* dan lain sebagainya. Dari produk-produk tersebut, produk *Logico* yang tingkat penjualannya menurun dan rendah nya *market share* yang dicapai setiap tahunnya sejak diluncurkan pada tahun 2015. Selain itu, masyarakat area Jakarta khususnya juga banyak yang tidak mengetahui dengan adanya produk *Logico*. Dengan adanya masalah pada penurunan unit penjualan dan rendah nya *market share* yang dicapai, perusahaan membutuhkan sebuah strategi untuk mencapai objektif nya. Pembuatan strategi ini menggunakan analisis *current performance*, *market demand*, *competition & industry*, *market share*, *customer needs*, dan *competitive position & value*. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara. Hasil penelitian menunjukkan strategi yang harus dipilih adalah *offensive* strategi, sehingga strategi ini dapat meningkatkan penjualan produk *Logico* dan menumbuhkan pangsa pasar produk *Logico* Grolier Indonesia.

Kata kunci : produk, penjualan, *market share*, strategi pemasaran

ABSTRACT

PT Grolier Indonesia is a company engaged in the children's book industry. This company has several superior products, such as Fun Thinker, Talking English, Logico and others. Of these products, the sales performance and market share of Logico had decrease every year since this product has been launched in 2015. In addition, people in the Jakarta are also not aware of Logico. With these problem of decreasing sales units and the low market share achieved, the company needs a strategy to achieve its objectives. This strategy is creating using analysis of current performance, market demand, competition & industry, market share, customer needs, and competitive position & value. The approach of this analysis is qualitative with data collection techniques through interviews. The results show that the strategy which should be chosen is offensive strategy, with the result that these strategy could be increased sales and growth the market share of Logico Grolier products in Indonesia.

Key words : product, sales, market share, marketing strategy