

## ABSTRAK

Proses dalam penelitian ini meliputi pengumpulan informasi, pengolahan data, dan kemudian melakukan analisa serta pembahasan. Pengambilan data dan informasi yang dibutuhkan digali berdasarkan studi kepustakaan, baik berasal dari laporan penjualan perusahaan, laporan keuangan perusahaan, *budgeting* dari aktivitas pemasaran perusahaan, proyeksi pencapaian perusahaan, buku, artikel, majalah, internet maupun sumber-sumber lain yang terkait.

Proses manajemen strategis meliputi proses pengamatan lingkungan, baik internal maupun eksternal, dilanjutkan dengan perumusan visi dan misi, dan kemudian perumusan strategi perusahaan. Lingkungan internal meliputi struktur dan perilaku perusahaan, pemanfaatan teknologi, kebijaksanaan pemasaran, kondisi keuangan perusahaan serta penelitian dan pengembangan. Sedangkan pengamatan terhadap kondisi eksternal meliputi lingkungan makro (aspek politik, aspek ekonomi, aspek sosial serta aspek teknologi) dan lingkungan industri (aspek pesaing, aspek pendatang baru yang potensial, aspek potensi adanya produk pengganti atau substitusi, aspek daya tawar pembeli serta aspek daya tawar pemasok).

Berdasarkan hasil penelitian ini, pangsa pasar yang dikuasai oleh PT Gandum Mas Kencana telah menempatkan posisi perusahaan sebagai pemimpin pasar (*market leader*). Strategi yang dapat dijalankan oleh PT Gandum Mas Kencana kedepannya adalah sebagai berikut :

- Strategi I : Berdasarkan analisa TOWS, maka strategi yang paling cocok adalah *Reformulation Of Concentrated Growth*.
- Strategi II : Berdasarkan *Grand Strategy Cluster*, maka strategi yang cocok adalah *Concentrated Growth, Vertical Integration dan Concentric Diversification*.
- Strategi III : Berdasarkan *Grand Strategy Selection Matrix*, maka strategi yang cocok adalah *Concentrated Growth, Market Development, Product Development dan Innovations*.
- Strategi IV : berdasarkan posisi sebagai *market leader*, maka strategi yang cocok adalah *market penetration* (penetrasi pasar).