

ABSTRACT

This study developed marketing strategy in the face of competition, as its object services industry English language courses IEC Bekasi

The method used is qualitative analysis, data collection methods are in-depth interviews (depth interview), literature review, and observation through the mass media and the Internet. Formulation of marketing strategy is a strategy that uses a derivative approach to strategic management by using analysis tools IFAS, EFAS, Michael Porter's Five Forces Model. Marketing strategy, this study uses analysis STP (segmentation, targeting, positioning) and marketing mix services as well as TOWS. Company's internal and external factors to get the best strategy to use the TOWS analysis.

Result from the analysis of external factors, IEC Bekasi have more opportunities than threats, while the analysis of internal factors IEC Bekasi have more weaknesses than strengths. Results from competition analysis showed that IEC Bekasi an unfavorable competitive position. IEC Bekasi expected to develop marketing strategies in the face of competition in the English language service industry.

Keywords : Strategies, Marketing, Services, IFAS, EFAS, Michael Porter's Five Forces Model, STP, Marketing Mix, and TOWS.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Studi ini mengembangkan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan, sebagai obyeknya industri jasa kursus bahasa Inggris IEC Bekasi

Metode yang digunakan adalah analisis kualitatif, metode pengumpulan data adalah wawancara mendalam (indepth interview), kajian pustaka, dan observasi melalui media massa dan internet. Perumusan strategi pemasaran ini merupakan turunan strategi perusahaan yang menggunakan pendekatan manajemen strategis dengan menggunakan alat analisa IFAS, EFAS, Model Lima kekuatan Michael Porter. Strategi pemasaran, penelitian ini menggunakan analisa STP (segmentation, targeting, positioning) dan bauran pemasaran jasa serta TOWS. Faktor internal dan eksternal perusahaan untuk mendapatkan strategi terbaik dengan menggunakan analisis TOWS.

Dari hasil analisa faktor eksternal, IEC Bekasi memiliki lebih banyak peluang daripada ancaman, sedangkan dari analisa faktor internal IEC Bekasi memiliki lebih banyak kelemahan daripada kekuatan. Hasil dari analisis persaingan IEC Bekasi menunjukkan bahwa posisi persaingan yang tidak menguntungkan. IEC Bekasi diharapkan dapat mengembangkan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan pada industri jasa kursus bahasa Inggris.

Kata kunci : Strategi, Pemasaran, Jasa, IFAS, EFAS, Model Lima Kekuatan Michael Porter, STP, Bauran Pemasaran dan TOWS.

MERCU BUANA

PENGESAHAN

Judul : Pengembangan Strategi Pemasaran IEC
Bekasi dalam menghadapi Persaingan
pada Industri Jasa Kursus Bahasa Inggris

Bentuk Karya Akhir : Perencanaan Strategis

Nama : R i a t m o k o

NIM : 55108120028

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Agustus 2011

Mengesahkan

Ketua Program Studi
Magister Manajemen

Direktur Program Pascasarjana

Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, M.S.

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Pembimbing Utama

Ir. Har Adi Basri, M.Ec, Ph.D

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : Pengembangan Strategi Pemasaran IEC
Bekasi dalam menghadapi Persaingan
pada Industri Jasa Kursus Bahasa Inggris

Bentuk Karya Akhir : Perencanaan Strategis

Nama : R i a t m o k o

NIM : 55108120028

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Agustus 2011

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Agustus 2011

R i a t m o k o

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT, atas anugerah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan karya akhir ini, yang sekaligus juga menyelesaikan Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Penulisan yang berjudul “Pengembangan Strategi Pemasaran IEC Bekasi dalam Menghadapi Persaingan pada Industri Jasa Kursus Bahasa Inggris” bertujuan : mengetahui apakah strategi pemasaran IEC Bekasi sudah tepat? dan bagaimana rencana pengembangan strategi pemasaran masa yang akan datang?.

Terimakasih tentunya saya ucapkan kepada semua pihak yang sudah membantu penulis agar penelitian ini dapat selesai dengan baik. Ucapan terimakasih saya sampaikan kepada :

1. Bapak Ir. Har Adi Basri, M Ec, Ph.D, selaku Dosen Pembimbing Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana yang tanpa henti-hentinya dan tanpa lelah telah memberikan pengetahuan praktis manajemen pemasaran, pengarahan, semangat, dorongan yang sangat tulus kepada penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, M S, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercubuana atas pengarahan dan dukungannya.
3. Bapak Drs. Abdullah, selaku pimpinan lembaga kursus bahasa Inggris IEC Bekasi, yang dengan tulus, sabar memberikan data, keterangan, waktu, arahan untuk kelancaran penulisan Karya Akhir ini.

4. Ayah dan ibuku, tercinta Sugiman Pujowinarto dan Suyatmi Pujowinarto yang dalam benak penulis selalu ada, selalu mendoakan dan memberi semangat, memberi bantuan materiil, spirituil untuk menyelesaikan Karya Akhir ini.
5. Istri dan anak-anakku tercinta, Rini Nuraeni, Annisa Riri Tiaraningrum, Kirei Nafisah, yang sabar, mendukung dan memberikan semangat kepada penulis.
6. Saudara-saudaraku yang banyak membantu baik materiil maupun spirituil, Triyanto, Sri Rahayu, Mas Agung Santoso, Mas Haryadi dan segenap keluarga saya.
7. Segenap dosen dan staf administrasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bantuan untuk penulisan karya akhir ini.
8. Teman-teman mahasiswa, mahasiswi di Program MM UMB yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, dan saling memberikan support dalam menyelesaikan studi ini.

Penulis menyadari masih terdapatnya kekurangan dalam karya akhir ini yang diakibatkan oleh keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karenanya, penulis dengan kerendahan hati menerima segala saran dan masukan yang baik dan membangun. Semoga karya akhir ini berguna bagi semua pihak.

Jakarta, Agustus 2011



UNIVERSITAS
MERCU BUANA