

## ABSTRACT

*Indonesia will enter to the global competition. The company must improve its competitiveness to survive. The company's strategy plays a very important to improve the competitiveness. So far, PT Bank Danamon, PT has conducted various strategies however it turns out asset ranking dropped from fifth to sixth.*

*I used SWOT analysis to identify company position. This position is used to formulate a general strategy of the company's strategy both corporate and marketing strategy company.*

*Implementation of Key Performance Indicator (KPI) in the marketing strategy is able to facilitate the company in monitoring target of company. For that the author plans the company's marketing strategy by using KPIs to improve corporate assets and improve competitiveness of enterprises.*

*The result of this research is the company can use the company weaknesses, opportunities and threats to develop corporate strategy. Implementation of KPI in the company's marketing strategy to make it easier to achieve the targets set. For companies that are advised for using KPI to formulate the company strategy.*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## **ABSTRAK**

Memasuki era perdagangan bebas, Indonesia akan memasuki persaingan yang semakin ketat, sehingga setiap perusahaan harus meningkatkan daya saingnya untuk dapat bertahan. Strategi perusahaan memegang peranan yang sangat penting untuk meningkatkan daya saing tersebut. Selama ini PT Bank Danamon, Tbk telah melakukan berbagai strategi namun demikian ternyata peringkat asetnya menurun dari peringkat lima menjadi peringkat keenam.

Dalam melakukan perencanaan strategi ini penulis menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui posisi perusahaan. Posisi ini digunakan untuk menyusun strategi perusahaan baik strategi umum perusahaan maupun strategi pemasaran perusahaan.

Penerapan Key Performance Indicator (KPI) dalam strategi Pemasaran mampu dapat memudahkan perusahaan dalam memantau setiap target yang telah ditetapkan perusahaan. Pemberian reward kepada karyawan dapat disesuaikan dengan pencapaian KPI tersebut. Untuk itu penulis menyusun rencana strategi pemasaran perusahaan dengan menggunakan KPI tersebut untuk meningkatkan aset perusahaan dan meningkatkan daya saing perusahaan.

Hasil dari penelitian ini adalah perusahaan dapat memanfaatkan setiap kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman yang dimiliki perusahaan untuk menyusun strategi perusahaan. Penerapan KPI dalam strategi pemasaran dapat mempermudah perusahaan dapat mencapai target yang ditetapkan. Untuk itu perusahaan disarankan agar memanfaatkan KPI dalam penyusunan strateginya.