

## ***ABSTRACT***

*This study conducted an analysis related to marketing strategies, namely: Ancol in order to achieve competitive advantage is to increase market share, build brand equity, a market leader within the company.*

*In the present study used two variables namely the 4P strategies and design marketing strategies.*

*The method used is the SWOT analysis, a tool used by organizations to help build this company can be done to analyze in terms of the internal and external control.*

*The study analysis was conducted by Consumer Perception Analysis, Marketing Strategy against PT. Pembangunan Jaya Ancol obtained from the questionnaire stating PT. Pembangunan Jaya Ancol with: Quality products - Product Information, Price - Promotional products - Services. Sources: The questionnaire contained two elements that are below a predetermined limit value. Both elements are: Promotion.*

*Results in which the analysis that the strategy in accordance with the company's business is to implement TQM in order to improve the quality of service to consumers. namely: to better meet customer needs and wants of the company has implemented a policy of maximum profit margins for each product to be sold*

*Keywords: 4P Strategy, Design Marketing Strategy, Product Strategy.*

## ***ABSTRAK***

Studi ini melakukan analisis yang terkait dengan strategi pemasaran yaitu : Ancol dalam rangka untuk mencapai keunggulan bersaing adalah meningkatkan pangsa pasar, membangun *brand equity*, menjadi pemimpin pasar dalam lingkup perusahaan.

Dalam penelitian digunakan dua variabel yakni strategi 4P dan desain strategi pemasaran.

Metode yang di gunakan yaitu dengan Analisa *SWOT*, alat yang digunakan oleh organisasi untuk membantu membangun perusahaan ini dapat dilakukan untuk menganalisa dari sisi internal maupun dari sisi eksternal yang dikendalikan.

Penelitian Analisis ini dilakukan dengan Analisis Persepsi Konsumen, terhadap Strategi Pemasaran PT. Pembangunan Jaya Ancol dari hasil kuesioner yang diperoleh menyatakan PT . Pembangunan Jaya Ancol dengan : Kualitas produk, - Informasi produk , Price - Promosi produk,- Pelayanan . Sumber : Kuesioner terdapat dua unsur yang berada di bawah nilai batas yang telah ditentukan . Kedua unsur tersebut adalah : Promotion.

Hasil yang di dapat dengan analisis bahwa strategi yang sesuai dengan bisnis perusahaan adalah dengan menerapkan TQM agar dapat meningkatkan Mutu Pelayanan Kepada Konsumen. yaitu : untuk lebih memenuhi kebutuhan dan keinginan customer perusahaan telah menerapkan kebijakan max margin profit untuk setiap produk yang akan dijual

Kata Kunci : Strategi 4P , Desain Strategi Pemasaran , Strategi Produk