

## ABSTRAK

Meningkatkan keuntungan perusahaan bukanlah hal yang mudah terutama bila perusahaan tersebut baru saja berdiri. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan adalah melakukan strategi pemasaran. Oleh karena itu, pada penelitian ini dibahas strategi perusahaan Golden Porta yang merupakan perusahaan kecil dan baru saja berkembang.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan 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. Sedangkan pada strategi pemasaran, penelitian ini menggunakan analisa STP (*segmentation, targeting, positioning*) dan bauran pemasaran jasa serta TOWS. Faktor internal dan eksternal perusahaan sangat dibutuhkan untuk menganalisa IFAS dan EFAS yang kemudian digabungkan untuk mendapatkan strategi terbaik dengan menggunakan analisis TOWS.

Dari hasil analisa faktor eksternal, didapat bahwa Golden Porta memiliki lebih banyak peluang daripada ancaman, sedangkan dari analisa faktor internal Golden Porta memiliki lebih banyak kelemahan daripada kekuatan. Berdasarkan lima aspek kekuatan persaingan Michael Porter, analisis persaingan Golden Porta menunjukkan bahwa posisi persaingan yang tidak menguntungkan lebih tinggi daripada posisi yang menguntungkan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah persaingan di sesama industri sangatlah ketat sehingga Golden Porta harus meningkatkan strateginya guna meningkatkan keuntungan perusahaan.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA