

ABSTRAK

Tujuan dari perancangan strategi pemasaran ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran apakah yang paling tepat agar PT Katering Makanan Indonesia menjadi pilihan pembeli dan meningkat penjualannya.

Perancangan strategi pemasaran dalam karya akhir ini menggunakan metode *A comprehensive Strategy Formulation Frame Work* oleh David. Metode ini memiliki 3 tahap yaitu : (1)Tahap 1, tahap masukan yang terdiri dari *External Factor Evaluation Matrix*, *Internal Factor Evaluation Matrix*, dan *Competitive Profile Matrix*. (2) Tahap 2, tahap penandingan, menggunakan analisis SWOT dan *IE Matrix*. (3) Tahap 3, tahap Pengambilan Keputusan yang menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix*. Alternatif strategi termenarik dari QSPM kemudian dijadikan dasar dalam program-program strategi pemasaran yang diolah dengan pendekatan *market segment*, *market target*, *positioning*, dan *marketing mix* (*product*, *price*, *promotion*, dan *place*).

Dari perencanaan strategi dihasilkan *market penetration* sebagai strategi termenarik, maka strategi pemasaran *market penetration* dijadikan dasar dalam program-program strategi pemasaran.

Kata-kata kunci : strategi pemasaran, tahapan metode formulasi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA