

ABSTRAK

Industri kosmetik merupakan salah satu industri yang memiliki prospek yang cerah dan memberikan peluang pasar yang cukup luas dan besar. Terbukti dengan semakin tumbuh dan berkembangnya industri kosmetik sejalan dengan peningkatan kebutuhan dan keinginan terhadap kecantikan diri serta perubahan gaya hidup masyarakat sekarang ini. Ketatnya persaingan dalam industri kosmetik mengharuskan perusahaan mampu menyusun strategi dalam bersaing untuk mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan perusahaan. Tujuan penelitian ini yaitu memformulasikan strategi pemasaran yang tepat yang dapat digunakan oleh perusahaan agar produk Marcks' VENUS semakin kuat dalam menghadapi persaingan bisnis dan mampu unggul dalam persaingan dan memberikan saran/rekomendasi alternatif strategi yang tepat untuk perusahaan. Penelitian ini menggunakan matriks Internal Eksternal (IE), Matriks Strength, Weakness, Opportunity dan Threat (SWOT) dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Matrik IE dan SWOT digunakan untuk perencanaan alternatif strategi sedangkan matrik QSPM digunakan untuk penentuan strategi prioritas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dapat diterapkan yaitu penetrasi pasar, pengembangan produk dan integrasi horizontal. Prioritas strategi dengan nilai Total Attractive Score tertinggi adalah mempertahankan kualitas, mutu, dan kehalalan kosmetik bahan-bahan yang digunakan dan meningkatkan kualitas produk Marcks' VENUS.

Kata kunci : kosmetik, strategi, SWOT, IE, QSPM

ABSTRACT

The cosmetic industry is one industry that has a promising future and provide market opportunities fairly broad and large. Evidenced by the increasing growth and development of the cosmetics industry in line with the increased need and desire for self beauty and lifestyle changes in society today. Intense competition in the cosmetics industry requires that companies are able to develop strategies to compete to maintain and improve the level of corporate profits. The purpose of this study is to formulate appropriate marketing strategies that can be used by the company to product Marcks' VENUS stronger in facing business competition and capable of winning the competition and provide advice / recommendations appropriate strategic alternatives for the company. This study uses a matrix Internal External (IE) Matrix Strength, Weakness, Opportunity and Threat (SWOT) and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). IE and SWOT matrix used for alternative planning strategies while QSPM matrix used for the determination of priority strategies. The results showed that the strategy can be applied ie market penetration, product development and horizontal integration. Total value of strategic priorities with the highest Score Attractive is to maintain the quality, quality, and halal cosmetics ingredients used and improve product quality Marcks' VENUS.

Keywords: cosmetics, strategy, SWOT, IE, QSPM