

ABSTRAK

Muhammad Fajrul, 2019 NIM: 105720557615, Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Upaya Peningkatan Laba Perusahaan PT. Bumi Sarana Beton Makassar. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, Tahun 2019. Dibimbing oleh pembimbing I bapak H. A. Muhidding Daweng dan pembimbing II ibu Amelia Resky Septiani Amin.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran pada PT. Bumi Sarana Beton Makassar khususnya bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang diterapkan perusahaan. Kemudian untuk mengetahui hasil analisa Kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunities*), dan Tantangan (*Threat*) serta gambaran strateginya sehingga dapat diaplikasikan untuk peningkatan penjualan produk dan laba perusahaan. Dengan menggunakan Teknik penelitian SWOT, Matriks, EFAS, dan IFAS serta diagram cartecius. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu studi kasus yang menghasilkan data-data deskriptif yang dituangkan dalam kata-kata. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini penulis melakukan kunjungan langsung ke PT. Bumi Sarana Beton Makassar untuk melakukan wawancara pribadi dengan kepala bagian marketing bapak Iskandar dan dilengkapi dengan data-data keuangan beberapa tahun kebelakang. Kesimpulan dari analisis yang dilakukan pada strategi pemasaran PT. Bumi Sarana Beton Makassar adalah perusahaan telah menjalankan strategi pemasaran dengan benar dan tepat dan pada perhitungan analisis SWOT yang dituangkan pada diagram cartecius proderma berada di posisi kuadran 1 yaitu *Growth*. Yang mana perusahaan dapat mengembangkan, mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk agar masyarakat terus percaya pada produk Bumi Sarana Beton Makassar. Lalu perusahaan telah memenuhi karakter dan paradigma pemasaran syariah dengan memenangkan mind share, market share dan heart share. Meskipun dari sisi variabel produk pada marketing mix nya, produk PT. Bumi Sarana Beton Makassar telah teruji secara uji slump uji khusus beton dan ready mix yang mengacu pada standart nasional Indonesia (SNI). Tetapi dalam sisi kegiatan proses pemasaran nya perusahaan jujur dengan apa yang ditawarkan dan tidak berlebihan.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Analisis SWOT, Matriks EFAS, Matriks IFAS.

ABSTRACT

Muhammad Fajrul, 2019 NIM: 105720557615, *Analysis of Marketing Strategy Against Efforts to Increase Company Profit of PT. Bumi Sarana Beton Makassar. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar, 2019. Supervised by supervisor I Mr. H. A. Muhidding Daweng and second counselor Mrs. Amelia Resky Septiani Amin.*

This study aims to analyze the marketing strategy at PT. Bumi Sarana Makassar Concrete specifically the marketing mix (Marketing Mix) applied by the company. Then to understand the results of the analysis of Strengths (Weaknesses), Weaknesses (Weaknesses), Opportunities (Opportunities), and Challenges (Threats) as well as analysis of strategies that can be used to increase product sales and company profits. Using SWOT, Matrix, EFAS, and IFAS research techniques and cartecius diagrams. This research uses a qualitative method, which is a case study that produces descriptive data that is set forth in words. Data visiting techniques in this study the authors made a direct visit to PT. Bumi Sarana Beton Makassar to conduct a personal interview with the head of marketing, Mr. Iskandar and equipped with financial data in the past few years. The conclusion of the analysis conducted on the marketing strategy of PT. Bumi Sarana Beton Makassar is a company that is supported by a marketing strategy that is true and correct in the SWOT analysis and analysis as outlined in the Cartesian diagram produced in Quadrant 1 position namely Growth. Which the company can develop, maintain and improve product quality so that people continue to believe in Bumi Sarana Beton Makassar products. Then the company has accepted the character and paradigm of sharia marketing by winning mind share, market share and heart share. Although in terms of product variables in the marketing mix, PT. Bumi Sarana Beton Makassar has approved concrete and ready mix special test slumps that are approved in the Indonesian national standard (SNI). But in the process of marketing activities the company is honest with what is offered and is not excessive.

Keywords: *Marketing Strategy, Mix Marketing, SWOT Analysis, EFAS Matrix, IFAS Matrix.*