

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN GULA KRISTAL RAFINASI PT. BERKAH MANIS MAKMUR

Mario Perdana

18/432806/PEK/24072

Industri gula kristal rafinasi sudah berkembang dari tahun 2004 yang dimulai dengan berdirinya PT. Angels Product, PT. Jawa Manis Rafinasi, dan PT. SUJ. Perkembangan kinerja industri gula kristal rafinasi di Indonesia mengalami pasang surut yang banyak dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah tentang kuota impor. Tahun 2019 terdapat 11 produsen gula kristal rafinasi di Indonesia dan diharapkan pada masa-masa yang akan datang industri gula kristal rafinasi nasional akan mampu mendorong percepatan pemerintah dalam menciptakan “Swasembada Gula” di tanah air Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor lingkungan internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman PT. Berkah Manis Makmur agar dapat merumuskan alternatif-alternatif strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi PT. Berkah Manis Makmur. Data diperoleh dari hasil wawancara dengan karyawan PT. Berkah Manis Makmur serta konsumen PT. Berkah Manis Makmur yaitu Industri makanan dan minuman. Hasil penelitian ini menerangkan bahwa posisi pengembangan strategi pemasaran gula kristal rafinasi PT. Berkah Manis Makmur pada analisis lingkungan strategis (lingkungan internal dan eksternal) berada pada kuadran pertama (I) atau pada posisi *dynamic growth* atau pada posisi strategis SO. Diagram ini memberikan indikasi bahwa peluang Strategi pemasaran gula kristal rafinasi PT. Berkah Manis Makmur dalam keadaan sangat menguntungkan ditambah memiliki kekuatan yang lebih besar dari kelemahan dan juga peluang yang lebih besar dari pada ancaman.

Kata kunci: gula rafinasi, strategi pemasaran, pemasaran

ABSTRACT

ANALYSIS OF MARKETING STRATEGY REFINED SUGAR PT. BERKAH MANIS MAKMUR

Mario Perdana

18/432806/PEK/24072

The refined crystal sugar industry has been growing since 2004 which began with the establishment of PT. Angels Products, PT. Jawa Manis Rafinasi, and PT. SUJ. The development of industry performance sugar crystals refined in Indonesia have ups and downs is heavily influenced by government policy on import quotas. In 2019 there are 11 refined crystal sugar producers in Indonesia and it is hoped that in the future the national refined crystal sugar industry will be able to encourage the acceleration of the government in creating "Sugar Self-Sufficiency" in Indonesia. The purpose of this study is to identify factors internal environment and external which becomes strengths, weaknesses, opportunities and threats of PT. Berkah Manis Makmur in order to be able to formulate alternative marketing strategies in accordance with the conditions of PT. Berkah Manis Makmur. Data obtained from interviews with employees of PT. Berkah Manis Makmur and consumers of PT. Berkah Manis Makmur, namely the food and beverage industry. The results of this study explain that the position of developing refined crystal sugar marketing strategies for PT. Berkah Manis Makmur analysis environment strategic (internal and external environment) fallow da in the first quadrant (I) or the position of *dynamic growth* or strategic position SO. This diagram gives an indication that the opportunity for the marketing strategy of refined crystal sugar PT. Berkah Manis Makmur is in a very favorable situation plus it has greater strengths than weaknesses and also greater opportunities than threats.

Keywords: refined sugar, marketing strategy, marketing