

INTISARI

Strategi pemasaran dalam perusahaan harus mampu mengikuti perubahan pada lingkungan perusahaan, baik internal maupun eksternal. Globalisasi dan AFTA merupakan salah satu faktor eksternal yang dapat mempengaruhi pada kinerja perusahaan.

Penelitian ini menganalisis berbagai faktor internal dan eksternal dari perusahaan dengan menekankan pada analisis kekuatan dan kelemahan yang menitikberatkan pada bauran pemasaran yang meliputi; produk, harga, promosi, distribusi, manusia, dan bukti fisik. Serta pada peluang dan ancaman yang menitikberatkan pada dua analisis, yakni; analisis pada lingkungan makro untuk mengetahui faktor-faktor eksternal apa saja yang mampu mempengaruhi kinerja perusahaan dan 5 daya porter untuk mengetahui tingkat persaingan yang ada dalam industri perbankan di Timor Leste. Selain itu, penelitian ini juga mengevaluasi strategi yang diterapkan oleh Bank Mandiri Timor Leste saat ini, menganalisis posisi perusahaan menggunakan SWOT dan membuat perumusan strategi pemasaran bagi Bank Mandiri Timor Leste.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan Bank Mandiri Timor Leste tidak lagi cukup untuk menghadapi AFTA 2015. Meski demikian, Bank Mandiri Timor Leste masih memiliki beberapa kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan performanya serta semakin mengukuhkan posisinya dalam peta persaingan di industri perbankan Timor Leste.

Kata kunci: Strategi pemasaran, AFTA, bauran pemasaran, 5 daya Porter, Evaluasi strategi pemasaran, SWOT, dan rumusan strategi pemasaran

ABSTRACT

Marketing strategy need to be able to adapt to every vchanges that is occurs in the company's both internal and external enviroentmentGlobalization and AFTA are one of external factor that can affect the company's performance.

This research analyze various factors both internal and external from a company by stressing out in the strength – wekness analysis that focusing on the marketing mix that are used in this research; product, price, promotion, distribution, people, and evidence. Also in the opportunity – threat analysis that focusing on two analysis; the macro enviroentment anaylisis to find out what external factors that affect the company's performance and using the Porter 5 forces to know the level of the competition in the banking industry in Timor Leste. Besides that, this research also analyze the current marketing strategy, company's position analysis using the SWOT and making the marketing strategy formulation for Bank Mandiri Timor Leste.

The result of this research shows that Bank Mandiri timor Leste's current marketing strategy are no longer enough to face AFTA 2015. Nevertheless, Bank Mandiri Timor Leste still have some strengths and oportunnities that can be used to increase their performance and also to stregthen their position in the banking industry in Timor Leste.

Keywords: marketng strategy, AFTA, marketing mix, Porter's Five Forces, marketing strategy evaluation, SWOT and marketing strategy formulation.