

ABSTRAK

Strategi pemasaran adalah salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan baik itu untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa. PT. Madura Guano Industri adalah perusahaan ini memproduksi pupuk fosfat alam dengan merek dagang “Golden Guano”, jenis pupuk alam ini mengandung fosfat (P_2O_5) 22-25%, mempunyai daya larut 50% lebih dari jumlah kandungan fosfatnya sehingga memudahkan pupuk tersebut diserap oleh akar-akar muda di dalam tanah, mempunyai kandungan CaO 30-40%, dan yang paling penting adalah pupuk ini aman untuk lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran pada PT. Guano Madura Industri. Metode yang digunakan yaitu menggunakan metode pendekatan SWOT. Hasil yang diperoleh dari analisis metode pendekatan SWOT yaitu, kekuatan pada PT. Madura Guano Industri yaitu memiliki kandungan fosfat yang tinggi, memiliki tambang sendiri, sudah memiliki pelanggan tetap, sedangkan kelemahannya yaitu, bahan baku sulit pada saat musim hujan, tidak mampu produksi yang cukup besar dan produk tidak diminati pribumi sendiri. Peluang yang dimiliki PT. Madura Guano Industri yaitu pangsa pasar luas, permintaan banyak pada saat musim tertentu, sedangkan mempunyai ancaman yaitu, pesaing semakin kuat, SDM belum mampu memperbaiki mesin, serta harga jual mengikuti dollar. Urutan alternatif strategi yang disarankan kepada PT. Madura Guano Industri. Mempertahankan kualitas pupuk dan pelayanan perusahaan, mengoptimalkan stok pupuk aman perusahaan, mengembangkan produk dan menciptakan produk baru, pengadaan bahan baku pada musim panas harus dioptimalkan, menambah jam kerja (lembur) pada saat permintaan banyak, melakukan pelatihan kerja dan cara memperbaiki mesin dan melakukan promos di Indonesia.

Kata Kunci : Strategi pemasaran, SWOT, alternatif strategi

ABSTRACT

The marketing strategy is one way to win a sustainable competitive advantage both for companies that produce goods or services. PT. Madura Guano Industries is a company producing natural phosphate fertilizer with trademark "Golden Guano", this type of natural fertilizer containing phosphate (P_2O_5) 22-25%, has a solubility of 50% more than the amount of the phosphate content so as to facilitate the fertilizer is absorbed by akar- young roots in the ground, having a CaO content of 30-40%, and most important is the fertilizer is safe for the environment. This study aims to determine the marketing strategy at PT. Madura Guano Industry. The method used is using SWOT approach. The results of the analysis method SWOT approach, namely, the strength of the PT. Madura Guano Industry which has a high phosphorus content, it has its own mines, already has regular customers, while weakness is, raw material is difficult during the rainy season, Is not capable of large production and not demand their own indigenous products, Opportunities of the PT. Madura Guano Industry is vast market share, demand a lot during certain seasons, while having the threat is, the stronger competitors, SDM has not been able to repair the engine, as well as selling prices followed the dollar. The sequence suggested an alternative strategy to the PT. Madura Guano Industry. Maintaining the quality of fertilizers and service companies, optimize the stock of fertilizer safe company, developing products and creating new products, raw material procurement in the summer should be optimized, increasing working hours (overtime) at the time of the request, doing job training and how to fix the machine and do promos in Indonesia.

Keywords : *Marketing strategy, SWOT, strategic alternatives*