

## **ABSTRAK**

### **FORMULASI STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN ANALISIS INTERNAL DAN EKSTERNAL**

**Studi Kasus Pada  
Rumah Gerai Lilin “Pensil Terbang”  
Di Yogyakarta**

**Johannes Ananto Nugroho  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2006**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui formulasi strategi pemasaran yang seharusnya diterapkan pada tahun 2005 dan strategi yang seharusnya diterapkan pada tahun 2006 oleh Rumah Gerai Lilin “Pensil Terbang”.

Teknik pengumpulan data menggunakan survei dan observasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan kerangka kerja formulasi strategi yang terdiri dari tiga tahap yaitu : *input stage*, *matching stage*, dan *decision stage*.

Dari penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa strategi pemasaran yang seharusnya dijalankan oleh Rumah Gerai Lilin “Pensil Terbang” pada tahun 2005 adalah *market development* dan strategi pemasaran yang seharusnya dijalankan untuk satu tahun 2006 adalah *market penetration*.

## **ABSTRACT**

**The Formulation of Marketing Strategy Based  
On Internal-External Analysis  
A Case Study At Rumah Gerai Lilin “Pensil Terbang”**

**Johannes Ananto Nugroho**

**Sanata Dharma University**

**Yogyakarta**

**2006**

The purpose of the research was to formulate the marketing strategy had to be adopted presently and the future strategy of Rumah Gerai Lilin “Pensil Terbang”. The research used survey and observation as the techniques of data collecton. The data was analyzed using the framework of strategy formulation which consists of three stages; input stage, matching stage and decision stage.

The research concluded that the present marketing strategy had to be adopted by Rumah Gerai Lilin “Pensil Terbang” at this moment was market penetration and the future marketing strategy was marketing development.