

## ABSTRAK

### EVALUASI STRATEGI PEMASARAN BERDASAR ANALISIS INTERNAL EKSTERNAL

Studi Kasus pada PT Kusumaputra Santosa  
Surakarta.

FX. Ibnu Kristiawan  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta

2003

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang dijalankan pada saat ini dan strategi yang semestinya dijalankan pada masa yang akan datang oleh PT Kusumaputra Santosa.

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan observasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan 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 dijalankan oleh PT Kusumaputra Santosa pada saat ini adalah *market penetration* dan strategi pemasaran yang semestinya dijalankan pada masa yang akan datang adalah *market development*.

## **ABSTRACT**

### **THE EVALUATION OF MARKETING STRATEGY BASED ON INTERNAL - EXTERNAL ANALYSIS A Case Study at PT Kusumaputra Santosa Surakarta**

**FX. Ibnu Kristiawan  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2003**

The purpose of the research was to know the marketing strategy done at this moment and the strategy to be done by PT Kusumaputra Santosa in the future.

The research used questionnaire and observation as the techniques of data collecting. The data obtained, then, was analyzed with the framework of strategy formulation consisted of three stages: input stage, matching stage, and decision stage.

The research, concluded that the marketing strategy done by PT Kusumaputra Santosa at this moment was market penetration and marketing strategy to be done in the future was market development.