

## ABSTRAK

PT. Refratech Mandala Perkasa sebuah perusahaan yang telah beroperasi di Indonesia, sejak tahun 1992, dengan hasil produk yaitu monolithic refractory atau semen tahan api, dimana pengaplikasiannya digunakan pada industri yang berkaitan dengan suhu panas diatas 1000 derajat celcius.

Dalam melakukan pemasarannya, PT. Refratech Mandala Perkasa menggunakan dua bentuk, yaitu distributor yang ada di Jakarta dan Medan, serta divisi marketing untuk pelanggan diluar daripada pelanggan distributor.

Pelaksanaan strategi pemasaran seperti penentuan segmentasi, penentuan pasar sasaran, penentuan positioning yang tepat, membuat PT. Refratech Mandala Perkasa dapat bersaing dengan kompetitor yang ada. Kompetitor yang setingkat dengan PT. Refratech Mandala Perkasa, tidak terlalu banyak. Hanya kedua kompetitor tersebut telah lebih dulu eksis di Indonesia, sehingga perlu waktu dan keahlian bagi PT. Refratech Mandala Perkasa untuk masuk kedalam pelanggan dari kedua kompetitor, dan pembeli yang belum pernah mengenal atau membeli produknya. Untuk mengatasi masalah tersebut, maka PT. Refratech Mandala Perkasa melakukan presentasi produk dan memberikan free trial atas produk yang ditawarkan dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dengan demikian dapat meningkatkan posisi pasar PT. Refratech Mandala Perkasa atas produk semen tahan api yang dihasilkannya.

## KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur, penulis naikkan kepada TUHAN YESUS KRISTUS, yang telah memberikan kesempatan, hikmat, dan berkat kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis tugas akhir ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Magister Manajemen di universitas Pelita Harapan.

Penulis menyadari dalam penulisan tugas akhir ini masih banyak kekurangan dalam penyajian materi maupun penyusunannya, mengingat keterbatasan waktu, pengalaman, pengetahuan, dan kemampuan penulis, maka kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan karya tulis ini.

Penulisan tugas akhir ini mendapat banyak dukungan dan doa dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Ir. Jonathan L. Parapak, M.Eng. Sc., selaku direktur program pasca sarjana universitas Pelita Harapan.
2. Prof. Ir. Jonathan Soemirat S., Msc., Phd., selaku ketua program studi Magister Manajemen universitas Pelita Harapan.
3. Bapak Dr. James Simanjuntak, sebagai dosen pembimbing karya tulis ini yang telah banyak meluangkan waktu dan dengan sabar memberikan pengarahan kepada penulis, sehingga penulisan karya tulis ini dapat berjalan lancar.
4. Bapak dan ibu dosen penguji.

5. Dosen-dosen dan staf karyawan di universitas Pelita Harapan, yang telah memberikan ilmu dan bantuannya selama penulis menuntut ilmu di universitas Pelita Harapan.
6. Pimpinan dan staf PT. Refratech Mandala Perkasa, yang telah mengizinkan dan membantu baik waktu, data dan informasi yang telah diberikan kepada penulis.
7. Teman-teman batch XVI yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan kepada penulis.
8. Papa, mama dan adik-adik tercinta untuk dukungan doa dan moril yang sangat berarti bagi penulis.
9. Untuk yang terkasih Hanry, atas dukungan baik moril dan doanya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Gembala sidang, Pemuda Bethel Indonesia, dan Remaja Bethel Indonesia GBI Fatmawati 25, atas dukungan doa dan moril yang telah diberikan kepada penulis.
11. Teman-teman dan ibu kos Banjarsari 8, untuk dukungan dan bantuannya selama penulisan tugas akhir ini dibuat.

Akhir kata, penulis berharap semoga laporan perusahaan ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak lain yang membutuhkan.

Jakarta, 24 Mei 2004



Meta Magdalena

## DAFTAR ISI

	Hal
Lembar Pernyataan Keaslian Tugas Akhir.....	i
Lembar Persetujuan.....	ii
Lembar Pengesahan.....	iii
Abstrak.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Gambar.....	ix
Bab I. Pendahuluan.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Pokok Permasalahan.....	2
1.3. Batasan Pembahasan.....	3
1.4. Tujuan Penelitian.....	3
1.5. Kerangka Pemikiran.....	4
1.6. Metodologi Penelitian.....	5
1.7. Sistematika Pembahasan.....	6
Bab II. Landasan Teori.....	8
2.1. Pengertian Pemasaran.....	8
2.2. Bentuk Dasar Strategi.....	13
2.3. Strategi Pemasaran.....	15
2.3.1. Segmentasi Pasar.....	21
2.3.2. Pasar Sasaran.....	24
2.3.3. Strategi Positioning.....	27
Bab III. Profil Perusahaan.....	31
3.1. Sejarah dan Perkembangan.....	31
3.2. Struktur Organisasi PT. Refratech Mandala Perkasa.....	32
3.3. Produk yang dihasilkan oleh PT. Refratech Mandala Perkasa.....	35

Bab IV. Hasil dan Pembahasan.....	37
4.1. Pembahasan Kepustakaan.....	37
4.1.1. Assessment Lingkungan Eksternal dan Internal.....	37
4.1.1.1. Lingkungan Eksternal.....	37
4.1.1.2. Lingkungan Internal.....	42
4.2. Pembahasan Perusahaan.....	45
4.2.1. Segmentasi Pasar, Pasar Sasaran dan Memposisikan Produk di Pasar.....	45
4.2.1.1. Segmentasi Pasar PT. Refratech Mandala Perkasa.....	46
4.2.1.2. Pasar Sasaran PT. Refratech Mandala Perkasa.....	46
4.2.1.3. Memposisikan Semen Tahan Api di Pasar.....	47
4.2.1.4. Analisis Strategi Pemasaran PT. Refratech Mandala Perkasa.....	50
Bab V. Kesimpulan dan Saran.....	54
5.1. Kesimpulan.....	54
5.2. Saran.....	55
Daftar Pustaka.....	58
Lampiran.....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	4
Gambar 2. Core Marketing Concepts.....	9
Gambar 3. The field or strategy making.....	14
Gambar 4. Characteristics of Market-Driven Strategies.....	16
Gambar 5. Struktur Organisasi PT. Refratech Mandala Perkasa.....	34

