

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN JASA *SHIPYARD* DAN
ENGINEERING PADA PT DKB GALANGAN I DENGAN
MENGUNAKAN SWOT**

***MARKETING STRATEGY ANALYSIS SHIPYARD AND
ENGINEERING SERVICES AT PT DKB GALANGAN I USING
THE SWOT***

**YUDHI SYAH FAJAR
8223067823**



**Karya Ilmiah ini Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mendapatkan Gelar Ahli Madya
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII PEMASARAN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2012**

ABSTRAK

YUDHI SYAH FAJAR. 2012. 8223067823. Analisis Strategi Pemasaran Jasa Shipyard Dan Engineering Pada PT DKB Galangan I Dengan menggunakan SWOT. Program Studi DIII Pemasaran. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta. Karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui tentang strategi pemasaran jasa *shipyard* dan *engineering* dengan menggunakan *SWOT* pada PT DKB Galangan I. Metode yang digunakan dalam observasi ini adalah analisis deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data sekunder dari perusahaan dan studi pustaka. Dari hasil penulisan dapat diketahui bahwa dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT DKB Galangan I diantaranya dengan melakukan promosi, antara lain melalui pameran, *door to door*, *sufei boath*, sehingga biaya pemasaran yang dikeluarkan relatif kecil. Dan strategi pemasaran ini sangat efektif untuk mengejar dan mempertahankan konsumen untuk tetap menggunakan jasa *shipyard* dan *engineering* pada Perusahaan ini. PT DKB Galangan I juga mempromosikan diri dengan cara melakukan pemasaran yang bersifat interaktif seperti melalui lelang, dimana hal ini berguna untuk mengukur respon konsumen atas perusahaan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Metode analisis *SWOT*

ABSTRACT

YUDHI SYAH FAJAR. 2012. 8223067823. *Marketing Strategy Analysis Shipyard and Engineering Services at PT. DKB Galangan I Using the SWOT. DIII Marketing Study Program. Department of Management. Faculty of Economics. State University of Jakarta. This scientific work is aimed to find out marketing strategy shipyard and engineering service by using SWOT on PT. DKB Galangan I. The method use in this observation is qualitative descriptive analysis of secondary, data collection methods of the company and literature study. From the results of the writing can be seen that in the marketing strategy undertaken by PT. DKB Galangan I include promotions, among others through exhibitions, door to door, surfei boath, so that marketing costs incurred relatively small. And this marketing strategy is very effective to pursue and retain customers to continue using the services of the shipyard and engineering of this company. PT. DKB Galangan I also promote themselves by doing interactive marketing such as through an action, where it is useful to measure consumer response over the company.*

Key Word: Marketing Strategy, SWOT Analysis Method

LEMBAR PENGESAHAN

DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA



Dra. Hj. Nurahma Hajat, M.Si
NIP. 19531002 198503 2 001

Nama Tanda Tangan Tanggal

Ketua Penguji

Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si
NIP. 19720617 199903 1 001



Penguji Ahli

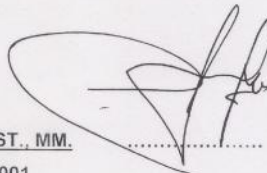
Dra. Solikhah, MM
NIP. 19620623 199003 2 001



Jan 2012

Dosen Pembimbing

Agung Kesnamurti RP, ST., MM.
NIP. 19740416 200604 1 001



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan karya ilmiah ini yang berjudul: Analisis Strategi Pemasaran Jasa *Shipyards* Dan *Engineering* Pada PT DKB Galangan I Dengan menggunakan SWOT

Karya ilmiah ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar ahli madya di bidang pemasaran pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Selama penyusunan karya ilmiah ini, penulis banyak menghadapi kesulitan dan hambatan. Namun berkat doa dan dukungan dari orang tua dan teman-teman, serta pihak-pihak yang telah terlibat baik secara langsung maupun secara tidak langsung dalam penyelesaian karya ilmiah ini, akhirnya penulis mampu menyelesaikan karya ilmiah yang diharapkan.

Oleh karena itu, dalam kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Agung Kresnamurti, ST., MM. selaku Kepala Program Studi DIII Pemasaran FE UNJ sekaligus dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu yang luar biasa untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis.
2. Ibu Dra. Hj. Nurahma Hajat, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

3. Bapak Agung Wahyu Handaru, ST., MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen FE UNJ.
4. Bapak Ir. Listianto K, Arifin, Sigit, Supangad, Chony, Bapak Juweni, Ibu Leli, dan para karyawan PT DKB Galangan I yang telah menjadi pembimbing penulis dalam melaksanakan tugas-tugas selama observasi berlangsung.
5. Kedua Orang Tuaku tersayang yang telah memberikan dukungan moral dan materil serta kasih sayangnya hingga penulis mencapai tahap ini.
6. Ahmad Nasution, Rahmat Ramadhan, Teuku Jamal Arafat, Basyori, Fidella Ancini, dan seluruh teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan masukan dan menjadi sahabat yang baik selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penyusunan karya ilmiah ini. Oleh karena itu, penulis juga mengharapkan berbagai kritik dan saran yang membangun dari pembaca sehingga dapat menambah mutu karya ilmiah ini.

Akhir kata penulis mudah-mudahan karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca.

Jakarta, 19 Januari 2012

Penulis