

## ABSTRAK

### FORMULASI STRATEGI PEMASARAN DIAMOND ICE CREAM

ANALISIS KASUS DIAMOND ICE CREAM DARI PT SUKANDA DJAYA  
(DIVISI PT DIAMOND COLD STORAGE)  
Yogyakarta

Endang Hariningsih  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta, 2000

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menyusun formulasi strategi *Diamond ice cream* dari PT SUKANDA DJAYA untuk periode 2001-2002. Untuk tujuan itu diidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan kekuatan (SWOT) *Diamond ice cream* Dari PT SUKANDA DJAYA.

Data dikumpulkan dari beberapa sumber, yaitu: wawancara, kuesioner, observasi, dan studi pustaka. Data yang dikumpulkan tersebut dianalisis dengan keseluruhan kerangka kerja formulasi strategi. Kerangka kerja tersebut terdiri dari tiga tahap, yaitu: *input stage*, *matching stage*, dan *decision stage*.

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini ada lima, yaitu: (1). *External Factors Evaluation (EFE) Matrix total weighted score* sebesar 2,33. Hal ini mengindikasikan respon perusahaan terhadap perubahan-perubahan eksternal adalah rata-rata. (2). *Internal Factors Evaluation (IFE) Matrix total weighted score* sebesar 2,47. Hal ini mengindikasikan posisi internal perusahaan berada pada tingkat rata-rata. (3). Hasil dari *SWOT Matrix* dapat mengidentifikasi lima alternatif strategi, yaitu: *deffensive strategy*, *offensive strategy*, *take-off strategies*, dan *dynamic adaptation*, dan *recycle strategies*. (4). Hasil dari *IE Matrix* menunjukkan posisi perusahaan berada pada kuadran V. Hal ini mengindikasikan strategi pemasaran utama *Diamond ice cream* dari PT SUKANDA DJAYA harus memfokuskan pada *hold* dan *maintain strategy*. (5). *QSPM* menghasilkan prioritas strategi pertama yang akan diimplementasikan dari *sum total attractiveness score* tertinggi. Strategi tersebut adalah *offensive strategy*, dengan *sum total attractiveness score* sebesar 5,61.

## **ABSTRACT**

### **MARKETING STRATEGY- FORMULATION DIAMOND ICE CREAM**

**ANALYZE CASE PT SUKANDA DJAYA 'S DIAMOND ICE CREAM  
(A Division of PT DIAMOND COLD STORAGE)**

Yogyakarta

Endang Hariningsih  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta, 2000

The main purpose of the research is to design a marketing strategy formulation of PT SUKANDA DJAYA 'S DIAMOND ICE CREAM for the period of 2001-2002. For the purpose as that, the strengths - weaknesses – opportunities – threats of PT SUKANDA DJAYA are identified.

The data are collected from several sources: interview, questionnaire, observation, and reference study. The data have been collected are analyzed by a comprehensive strategy-formulation framework. There are three stages in analyzing the data: the input stage, the matching stage, and the decision stage.

There are five conclusions of the research: (1). the External Factors Evaluation (EFE) Matrix total weighted score is 2,33. It indicates the respon of the company to the external changes is average; (2). the Internal Factors Evaluation (IFE) Matrix total weighted score is 2,47. It indicates the company internal position is medium; (3). There are five alternative strategies can be identified from the SWOT Matrix: deffensive strategy, offensive strategy, take-off strategies, dynamic adaptation strategy, and recycle strategies; (4). By using the IE Matrix, the researcher finds out that the company position is in quadrant V. It means that the main strategy of PT SUKANDA DJAYA 'S DIAMOND ICE CREAM should be focused on hold and maintain strategy; (5). The QSPM Matrix shows the first priority strategy that will be implemented from the highest sum total attractiveness score. The strategy is offensive strategy, which sum total attractiveness score is 5,61.