

**ANALISIS STRATEGI PERUSAHAAN DALAM EKSPANSI
PASAR PROSES PRODUKSI FIBER CEMEN DENGAN
METODE SWOT
(Studi Kasus: PT. Amak Firdaus Utomo Probolinggo)**

Siti zumairoh¹, Tri Prihatiningsih², Dwi Iryanig Handayani³

Jurusan Teknik Industri, Universitas Panca Marga Probolinggo
Jl. Yos Sudarso, Probolinggo 67271, Indonesia
E-mail: sitizumairoh525@gmail.com¹, tri.prihatiningsih@upm.ac.id²,
dwiiryaninghandayani@yahoo.co.id³

ABSTRAK

Disetiap perusahaan yang bergerak dibidang produk mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang, tujuan dapat dicapai melalui upaya untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba oprasional perusahaan. PT. Amak FirdausUtomo adalah salah satu perusahaan industri fiber cemen (asbesgelombang) yang sangat mementingkan kualitas. Setiap perusahaan, baik yang bergerak dibidang produk ataupun jasa, mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang. Dengan sebuah misi menawarkan yang terbaik bagi pelanggan, PT. Amak Firdaus Utomo untuk memberikan kualitas yang terbaik untuk produk yang mereka jual. Tidak hanya produk kualitas, PT. Amak Firdaus Utomo jugamembangun kualitas dalam kelancaran proses produksi departemen produksi adalah salahsatu bagian dalam struktur organisasi PT. Amak Firdaus Utomo yang paling utama untuk dilakukan kontrol serta perbaikan. Dikarenakan proses yang ada pada departemen produksi masihbersifat manual dan berhubungan dengan berjalanya usaha sehingga berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Strategi pemasaran adalah satu wujud rencana yang terurai dibidang pemasaran. Untuk memperoleh hasil yang optimal, strategi pemasaran ini mempunyai ruanglingkup yang luas dibidang pemasaran diantaranya adalah strategi dalam menghadapi persaingan, strategi harga, strategi produk, strategi pelayan. Manajemen strategi yang diimplementasikan oleh PT. Amak Firdaus Utomo dalam memasuki pemasaran luar jawa dan depo-depo di sekitar perusahaan PT. Amak Firdaus Utomo Probolinggo serta menganalisis factor-faktor eksternal dan internal perusahaan.