

Penelitian ini dilakukan di perusahaan produsen benih swasta PP Kerja, yang terletak di Desa Ngemplak, Kecamatan Sawit, Kabupaten Boyolali. Sebagai suatu perusahaan, tentunya PP Kerja menghadapi lingkungan bisnis yang dinamis, sehingga PP Kerja dituntut untuk senantiasa aktif memantau lingkungan bisnisnya dan posisi perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kesenjangan profil eksternal dan profil internal pada PP Kerja, dengan mengetahui kesenjangan yang terjadi, dapat diketahui kondisi persaingan yang dihadapi dan posisi perusahaan saat ini, kemudian dapat diketahui strategi yang tepat diterapkan oleh PP Kerja untuk sukses menghadapi lingkungan bisnisnya.

Desain penelitian ini adalah desain deskriptif, metode yang digunakan adalah studi kasus, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah Competitive Audit, yaitu salah satu metode audit pemasaran berdasarkan konsep The Strategic Marketing Plus 2000. Untuk melakukan audit ini harus dipersiapkan profil eksternal (Competitive Setting Profile) dan profil internal (Competitive Allignment Profile), dua profil inilah yang akan diaudit, profil eksternal terdiri dari Customer Demand, Competitor, dan Change, sedangkan profil internal terdiri dari Strategy, Tactic, dan Value. Setelah kedua profil ini diaudit akan diperoleh indeks profil eksternal (Competitive Setting Index) dan indeks profil internal (Competitive Allignment Index), dari kedua indeks tersebut akan diketahui bentuk perusahaan saat ini dan kondisi persaingan yang dihadapi, kemudian kedua indeks tersebut dibandingkan untuk diketahui kesenjangan yang terjadi, dengan mengetahui tingkat kesenjangan yang terjadi dapat diketahui strategi yang tepat diterapkan PP Kerja untuk sukses menghadapi lingkungan bisnisnya.

Hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh indeks profil eksternal (Competitive Setting Index) sebesar 2,41 dan indeks profil internal (Competitive Allignment Index) sebesar 2,53, dari hasil indeks kedua profil dapat diketahui bahwa kesenjangan yang terjadi adalah kesenjangan positif, karena indeks profil internal lebih besar dari indeks profil eksternal, artinya strategi yang diterapkan PP Kerja lebih maju atau ahead dibandingkan dengan lingkungan bisnis yang dihadapi, untuk semakin lebih ahead, PP Kerja perlu memantapkan perusahaannya menjadi Marketing Oriented Company, yaitu perusahaan yang berorientasi terhadap pasar, sehingga strategi yang harus diterapkan adalah Market Effectiveness, Product Differentiation, dan Integrated Communication.

Kata kunci : Profil Internal, Profil Eksternal, Analisis Kesenjangan, Strategi.