

















## B. Deskripsi Data Penelitian

### 1. Strategi *Rebranding* dalam Upaya Membangun *Brand Trust*

#### a. Strategi *Rebranding* JX International

*Rebranding* sering kali menjadi pilihan beberapa *marketer*, perubahan merek (*brand*) diharapkan dapat mengubah citra perusahaan ke arah yang lebih baik sehingga dapat meningkatkan *revenue* bagi perusahaan. Tak hanya nama orang saja yang dapat berubah-ubah dan melakukan *rebranding*. Merek dagang dari suatu produk, jasa bahkan perusahaan dapat mengalami perubahan.

Semua perusahaan didirikan dengan maksud mendapatkan laba, sebuah keinginan dan kebutuhan yang manusiawi. Dalam perkembangannya perusahaan menempuh banyak tantangan, persaingan, dan melakukan banyak manuver yang berujung pada usaha menaikkan citra perusahaan, kepuasan pelanggan dan seterusnya. Dalam persaingan menuntut semua perusahaan untuk melakukan evaluasi terhadap segala sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk bisa bertahan dan memenangkan persaingan.

*“Alasan rebranding karena kita melihat nama Jatim Expo sendiri, Jatim Expo dulunya pameran Jatim Expo gedung pameran. Sebenarnya Jatim Expo adalah seolah-olah pamerannya kayak bukan gedungnya semisalnya ada yg namanya gedung weeding expo, kampus expo, expo menjadi nama brand bukan gedungnya orang melihat Jatim Expo seolah-olah ini da pameran di sini terus menerus karna namanya gedungnya Jatim Expo jadi pameran makanya jadi JX Internasioanal sama saja “J”nya Jatim “X”nya expo karena gedungnya bukan pamerannya makanya dengan rebranding ini sekalian untuk direfresh walaupun pamerannya belum begitu banyak diharapkan nanti banyak event dan pameran-pameran bisa masuk. Lain halnya kalau namanya masih Jatim Expo hanya expo (pameran) saja yg bisa masuk*



















menetapkan sasaran dan merumuskan strategi perusahaan yang realistis dalam mewujudkan misi dan visinya.

Maka tujuan analisis SWOT pada perusahaan adalah untuk membenarkan faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan yang telah dianalisis. Apabila terdapat kesalahan, agar perusahaan itu berjalan dengan baik maka perusahaan itu harus mengolah untuk mempertahankan serta memanfaatkan peluang yang ada secara baik begitu juga pihak perusahaan harus mengetahui kelemahan yang dihadapi agar menjadi kekuatan serta mengatasi ancaman menjadi peluang.<sup>78</sup>

Lebih lanjut analisis SWOT yang dimiliki oleh JX International sebagai *brand* lama dengan identitas dan tampilan baru yang ingin disosialisasikan ke masyarakat luas dengan harapan bisa diterima dan mampu meningkatkan *value* di antaranya adalah analisis persaingan. Analisis pesaing merupakan suatu perbuatan menganalisa atau mengidentifikasi apa-apa saja yang dilakukan oleh pihak pesaing atau perusahaan yang menghasilkan barang atau jasa yang mirip dengan produk sejenis. Analisis pesaing berguna untuk mendasari keputusan tentang produk yang dipasarkan agar kemudian diperoleh laba yang optimal.

*“Kompetitor di surabaya rata-rata pemain kakap semua. Semua orang tau seperti Grand City yang utama, dia salah satu group besar di Indonesia yakni Wijaya Group, dia ada akses juga group*

---

<sup>78</sup> Charles Simbolon, “Tujuan, Manfaat dan Fungsi Analisis SWOT”, dalam <http://charlessymbolon.blogspot.co.id/2014/11/tujuan-manfaat-dan-fungsi-analisis-swot.html> diakses pada tanggal 17 Januari 2016





















