

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan kemudahan dan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitiannya yang berjudul “PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN TELUR AYAM HUTAN ORGANIK MENGGUNAKAN *IFE*, *EFE MATRIX*, & *SWOT MATRIX*. Pada kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT. yang telah memberikan hikmah dan karunia kepada penulis sehingga laporan ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua serta kakak penulis yang selalu turut mendoakan serta memberikan dorongan semangat sehingga laporan tugas akhir ini dapat penulis selesaikan dengan baik.
3. Bapak Eric Jobiliong, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Pelita Harapan.
4. Ibu Dr. Nuri Arum Anugrahati, S.Si., MP selaku Wakil Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Pelita Harapan.
5. Bapak Laurence, S.T., M.T. selaku Direktur Administrasi Kemahasiswaan Fakultas Sains dan Teknologi.
6. Ibu Priskila Christine Rahayu S.Si, M.T. selaku ketua program studi teknik industri Universitas Pelita Harapan.
7. Ibu Agustina Christiani, M.Eng.,Sc. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan perhatian, bimbingan, serta arahan selama penulisan tugas akhir.
8. Ibu Rosita, bapak Akbar dan bapak Yuhan selaku pemilik Hutan Organik dan juga seluruh pegawai Hutan Organik
9. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini, baik langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Dalam penyusunan laporan skripsi ini saya menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan yang disebabkan terbatasnya kemampuan dan pengetahuan saya sehingga hasilnya belumlah sempurna dan memenuhi keinginan seluruh pihak. Akhir kata semoga laporan skripsi ini bisa berguna dan bermanfaat bagi setiap pembaca.

Tangerang, 16 Juli 2021

VALERIO GADING MAHENDRA



DAFTAR ISI

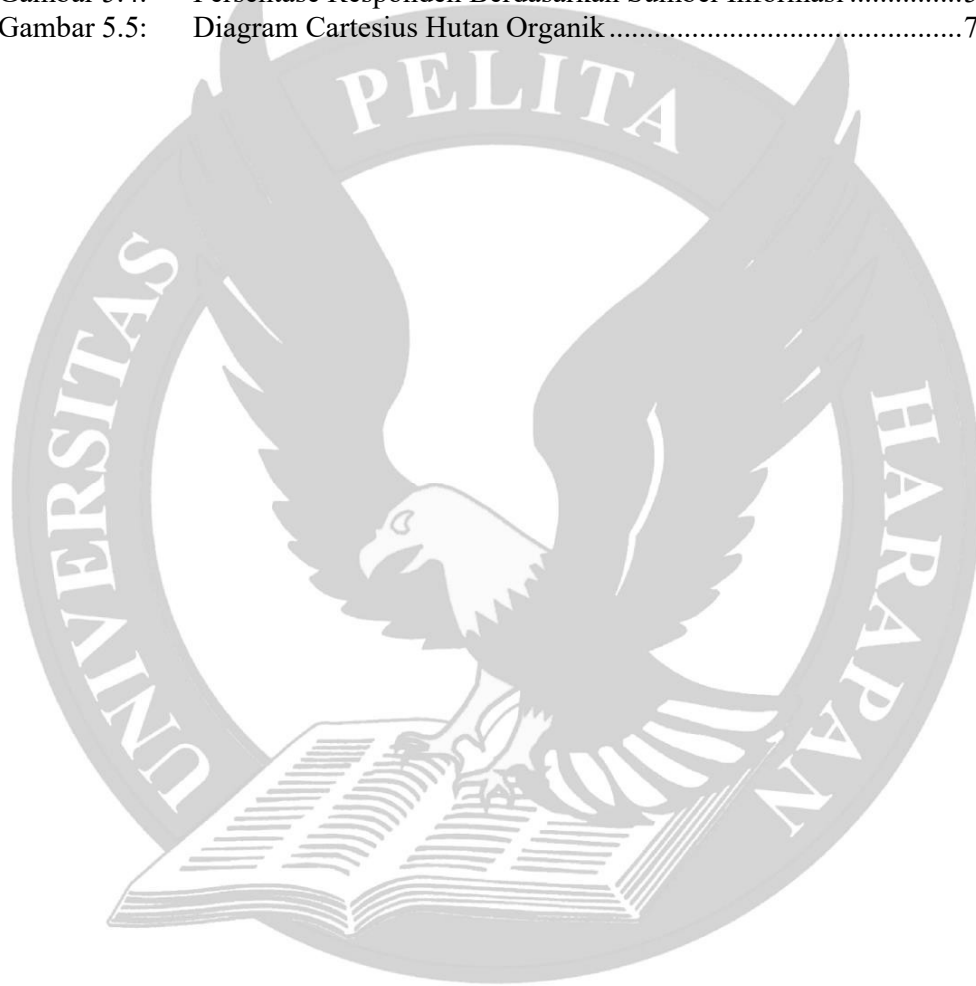
halaman

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI PERSETUJUAN TIM	
sPENGUJI SKRIPSI	
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang Masalah	1
1.2 Pokok Permasalahan	4
1.3 Tujuan	4
1.4 Batasan Masalah	4
1.5 Sistematika penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Pengertian Pemasaran	7
2.2	
2.3 Jenis-Jenis Strategi	9
2.4 Tahap Formulasi Strategi	10
2.4.1 Tahapan <i>Input Stage</i>	11
2.3.1.1 <i>Internal Factors Evaluation (IFE)</i>	11
2.3.1.2 <i>External Factors Evaluation (EFE) Matrix</i>	13
2.4.2 Tahapan Pencocokan (<i>Matching Stage</i>)	15
2.4.2.1 <i>SWOT Analysis</i>	15
2.4.2.2 Diagram Cartesius	17
2.5 <i>Business Model Canvas</i>	19
2.6 Penelitian Terdahulu	21
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Penelitian Pendahuluan	24
3.2 Perumusan Masalah	24
3.3 Penentuan tujuan Penelitian	24
3.4 Kajian Pustaka	25
3.5 Pengumpulan, Pengolahan dan Analisis Data	25
3.5.1 Tahap Pengumpulan Data	25
3.5.1.1 Tahapan Pengumpulan Data	
Business Model Canvas (BMC)	25

3.5.1.2 Tahapan Pengumpulan Data IFE	27
3.5.1.3 Tahapan Pengumpulan Data IFE	32
3.5.2 Tahap Pengolahan Data	33
3.5.3 Tahap Analisis Data	34
3.6 Kesimpulan dan Saran	35
3.7 Diagram Alir Penelitian	35
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	37
4.1 <i>Company Profile</i>	37
4.2 Marketing Mix	38
4.3 Strategi Perusahaan	40
4.4 <i>Business Model Canvas</i> (BMC) Hutan Organik	42
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN	47
5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	47
5.1.1 Uji Validitas Kuesioner Kepuasan dan Kepentingan	47
5.1.2 Uji Reliabilitas	49
5.2 Profil Responden	51
5.3 Frekuensi Jawaban Responden	56
5.4 <i>Internal Factor Evaluation (IFE)</i> dan <i>External Factor Evaluation (EFE)</i>	59
5.4.1 <i>Internal Factor Evaluation (IFE)</i>	59
5.4.2 <i>External Factor Evaluation (EFE) Matriks</i>	68
5.5 Diagram Cartesius dan Matriks SWOT	77
5.5.1 Diagram Cartesius	77
5.5.2 Matriks SWOT	79
5.5.3 Implementasi Strategi <i>Strength Opportunities (SO)</i>	86
5.6 <i>Business Model Canvas</i> Baru	89
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	98

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 1.1: Konsumsi Telur Per Kapita Per Tahun	1
Gambar 2.1: Diagram Cartesius	13
Gambar 2.2: <i>Business Canvas Model</i>	20
Gambar 3.1: Diagram Alir Penelitian	36
Gambar 5.1: Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	53
Gambar 5.2: Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Gambar 5.3: Persentase Responden Berdasarkan Pendapatan.....	55
Gambar 5.4: Persentase Responden Berdasarkan Sumber Informasi	55
Gambar 5.5: Diagram Cartesius Hutan Organik.....	78



DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 2.1: IFE Matriks	13
Tabel 2.2: EFE Matriks	15
Tabel 2.3: Matriks SWOT	17
Tabel 2.4: Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1: Kuesioner <i>Marketing Mix</i>	28
Tabel 3.2: Faktor Internal Diluar Fungsi Marketing	32
Tabel 3.3: Faktor Eksternal Mempengaruhi Bisnis HO.....	33
Tabel 4.1: Strategi Hutan Organik	41
Tabel 4.2: <i>Business Canvas Model</i> Hutan Organik	43
Tabel 5.1: Hasil Uji Validasi Kuesioner Keputusan	48
Tabel 5.2: Hasil Uji Validasi Kuesioner Kepentingan.....	49
Tabel 5.3: Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Keputusan	50
Tabel 5.4: Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Kepentingan	51
Tabel 5.5: Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 5.6: Profil Responden berdasarkan Usia	52
Tabel 5.7: Profil Responden berdasarkan Pekerjaan.....	53
Tabel 5.8: Profil Responden berdasarkan Pendapatan	54
Tabel 5.9: Persentase Jawaban Responden Konsumen.....	57
Tabel 5.10: IFE Hutan Organik.....	61
Tabel 5.11: EFE Hutan Organik.....	69
Tabel 5.12: Matriks SWOT Hutan Organik.....	79
Tabel 5.13: <i>Business Canvas Model</i> Baru Hutan Organik	90

DAFTAR LAMPIRAN

halaman

Lampiran 1: Kuesioner Konsumen	97
Lampiran 2: Tabulasi Data	106
Lampiran 3: Hasil Uji Validitas Kepuasan	107
Lampiran 4: Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan	111
Lampiran 5: Hasil Uji Validitas Kepentingan	114
Lampiran 6: Hasil Uji Reliabilitas Kepentingan	117
Lampiran 7: Dokumentasi	20

