

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan kemudahan, dan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dalam menjalankan penelitian saya yang berjudul "PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN *IFE MATRIX*, *EFE MATRIX*, & *SWOT MATRIX* PADA USAHA TERNAK LELE DI KARAWANG". Pada kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT. yang telah memberikan Hikmat 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 selaku Wakil Dekan Fakultas Sains dan Teknologi.
5. Ibu Priskila Christine Rahayu S.Si, M.T. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Pelita Harapan.
6. Bapak Rudy Vernando Silalahi M.T. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan perhatian, bimbingan, serta arahan selama penulisan tugas akhir.
7. Stephen Erico selaku Pemilik usaha ternak lele Karawang.
8. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini, baik langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

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.

Jakarta, 16 Juli 2021

Maulana Aziz E

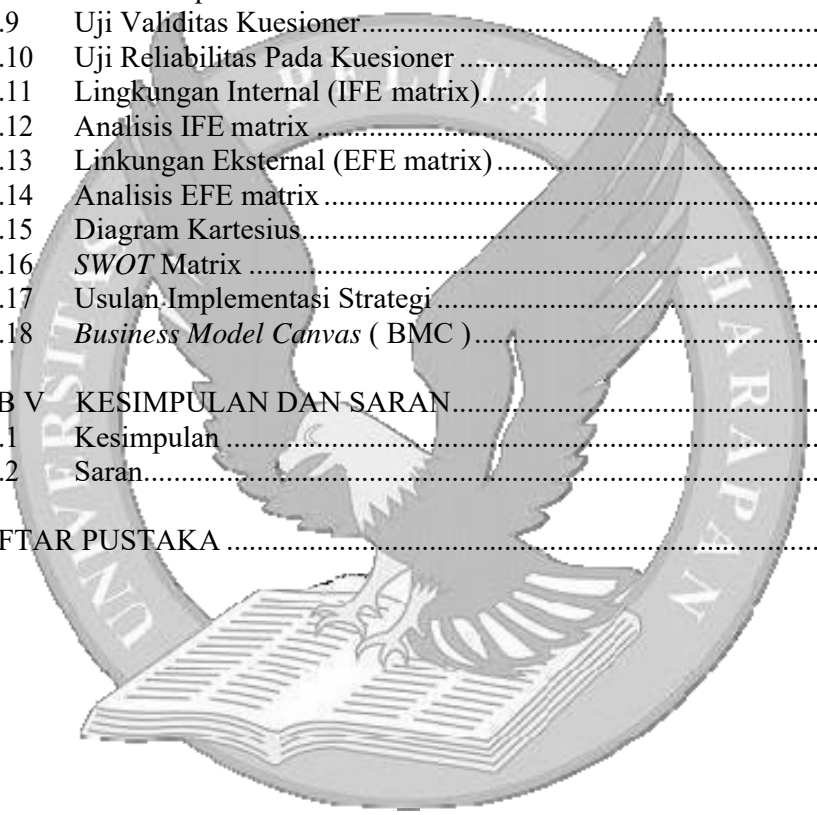


## DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS	
AKHIR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI 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 Penelitian .....	4
1.4 Pembatasan Masalah.....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Strategi Pemasaran .....	6
2.2 Strategi Perusahaan .....	7
2.3 <i>Business Model Canvas</i> ( BMC ).....	12
2.4 Marketing Mix .....	16
2.5 Tahap Formulasi Strategi .....	17
2.6 Tahapan Input ( <i>Input Stage</i> ).....	18
2.7 Tahapan Pencocokan ( <i>Matching Stage</i> ).....	23
2.8 Diagram Cartesius.....	25
2.9 Uji Validitas .....	27
2.10 Uji Reliabilitas .....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1. Penelitian Pendahuluan.....	30
3.2. Perumusan Masalah .....	30
3.3. Tujuan penelitian.....	30
3.4. Studi Literatur .....	30
3.5. Pengumpulan Data .....	31
3.6. Pengolahan data .....	32
3.7. Analisis dan pembahasan .....	32
3.8. Kesimpulan dan Saran.....	32
3.9. Diagram Alir Penelitian .....	33

BAB IV	PENGUMPULAN, PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA.....	35
4.1.	Profil dan Sejarah Perusahaan.....	35
4.2.	Struktur Organisasi dan <i>Job Description</i> .....	37
4.3.	Strategi Perusahaan.....	40
4.4.	<i>Business Model Canvas</i> ( BMC ).....	42
4.5	<i>Marketing Mix</i> .....	49
4.6	Kuesioner penelitian.....	54
4.8	Profil Responden Pembeli.....	72
4.9	Uji Validitas Kuesioner.....	79
4.10	Uji Reliabilitas Pada Kuesioner.....	80
4.11	Lingkungan Internal (IFE matrix).....	83
4.12	Analisis IFE matrix.....	86
4.13	Lingkungan Eksternal (EFE matrix).....	96
4.14	Analisis EFE matrix.....	99
4.15	Diagram Kartesius.....	104
4.16	<i>SWOT</i> Matrix.....	106
4.17	Usulan Implementasi Strategi.....	111
4.18	<i>Business Model Canvas</i> ( BMC ).....	113
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	116
5.1	Kesimpulan.....	116
5.2	Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA	.....	118

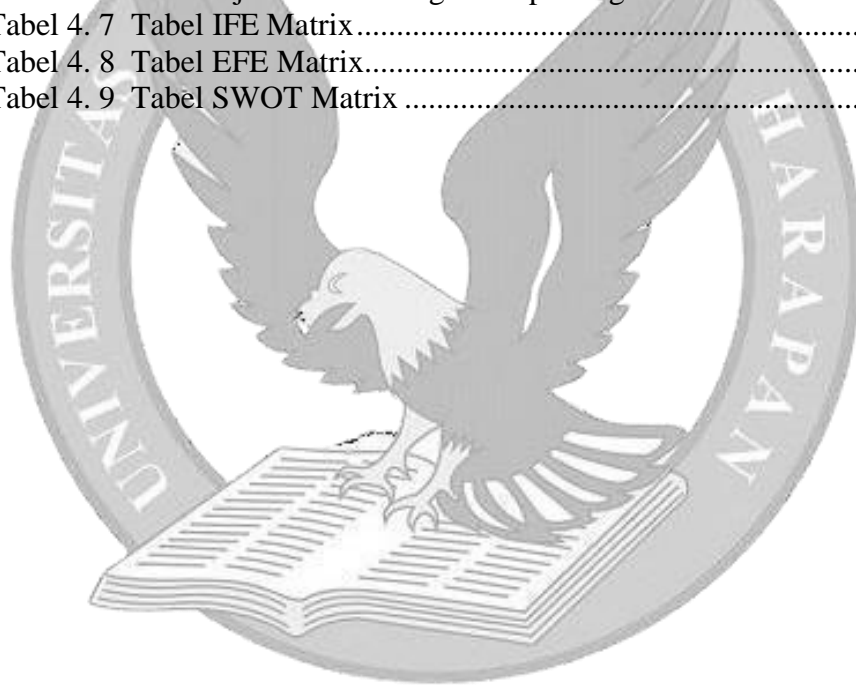


## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Business Model Canvas.....	13
Gambar 2. 2 Diagram Kartesius .....	26
Gambar 2. 3 Rumus Uji Validitas .....	27
Gambar 2. 4 Rumus Cronbach Alpha .....	28
Gambar 3. 1 Diagram Alir Penelitian.....	34
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi .....	38
Gambar 4. 2 Business Model Canvas.....	43
Gambar 4. 3 Kolam ternak lele Karawang .....	50
Gambar 4. 4 Kolam ternak lele Karawang .....	53
Gambar 4. 5 Kolam ternak lele Karawang .....	53
Gambar 4. 6 Jenis Kelamin .....	72
Gambar 4. 7 Usia.....	73
Gambar 4. 8 Domisili konsumen atau pembeli .....	74
Gambar 4. 9 Pekerjaan yang utama.....	75
Gambar 4. 10 Cara pembeli mengetahui usaha ternak lele Karawang .....	76
Gambar 4. 11 Intensitas Pembelian .....	77
Gambar 4. 12 Kuantitas Pembelian Produk .....	78
Gambar 4. 13 Uji Reliabilitas tingkat kepuasan konsumen .....	81
Gambar 4. 14 Uji Reliabilitas tingkat kepentingan konsumen.....	82
Gambar 4. 15 Harga pakan benih lele .....	102
Gambar 4. 16 Diagram Kartesius .....	105
Gambar 4. 17 Business Model Canvas baru .....	114

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Tabel IFE Matrix.....	20
Tabel 2. 2	Tabel EFE Matrix.....	22
Tabel 2. 3	Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 4. 1	Strategi Perusahaan .....	40
Tabel 4. 2	Tabel Kuesioner Penelitian Marketing Mix.....	55
Tabel 4. 3	Tabel Kuesioner Penelitian Lingkungan Internal .....	59
Tabel 4. 4	Tabel Kuesioner Penelitian Lingkungan Eksternal.....	65
Tabel 4. 5	Tabel Uji Validitas Tingkat Kepuasan Konsumen .....	79
Tabel 4. 6	Tabel Uji Validitas Tingkat Kepentingan Konsumen.....	79
Tabel 4. 7	Tabel IFE Matrix.....	84
Tabel 4. 8	Tabel EFE Matrix.....	97
Tabel 4. 9	Tabel SWOT Matrix .....	106



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A-1 Uji Korelasi Tingkat Kepuasan.....	121
Lampiran A-2 Uji Korelasi Tingkat Kepentingan .....	122
Lampiran A-3 Tingkat Kepentingan responden marketing mix .....	123
Lampiran A-4 Tingkat Kepuasan responden marketing mix.....	124
Lampiran A-5 Tingkat Kinerja Manager pada Lingkungan Internal.....	125
Lampiran A-6 Tingkat Kepentingan Manager pada Lingkungan Internal .....	125
Lampiran A-7 Tingkat Responsif Manager pada lingkungan Eksternal .....	125
Lampiran A-8 Tingkat Kepentingan Manager pada Lingkungan Eksternal.....	125
Lampiran A-9 Pertanyaan Kuesioner Responden .....	128
Lampiran A-10 Pertanyaan kuesioner tingkat kepuasan marketing mix .....	130
Lampiran A-11 Pertanyaan kuesioner tingkat kepentingan marketing mix .....	131
Lampiran A-12 Pertanyaan kuesioner tingkat kepentingan lingkungan internal..	133
Lampiran A-13 Pertanyaan kuesioner tingkat kinerja lingkungan internal .....	135
Lampiran A-14 Pertanyaan kuesioner tingkat kepentingan lingkungan eksternal	137
Lampiran A-15 Pertanyaan kuesioner tingkat responsif lingkungan eksternal ....	139

