

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, laporan skripsi dengan judul “FORMULASI STRATEGI PEMASARAN PADA PT INTAN DUA” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Laporan skripsi ini disusun berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dari bulan Agustus 2018 hingga Desember 2018. Skripsi merupakan persyaratan terakhir bagi mahasiswa yang wajib ditempuh sesuai dengan kurikulum Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Pelita Harapan. Skripsi ini juga bermanfaat bagi penulis untuk menerapkan pengetahuan yang telah didapat dan memperoleh pengalaman baru yang tidak dapat diperoleh dari perkuliahan.

Dalam penyusunan laporan skripsi ini, penulis mendapat dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Eric Jobiliong, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi.
2. Ibu Dela Rosa, S.Si., M.M., M.Sc.Apt. selaku Wakil Dekan Fakultas Sains dan Teknologi.
3. Bapak Laurence, M.T. selaku Direktur Administrasi dan Kemahasiswaan Fakultas Sains dan Teknologi.
4. Ibu Priskilla Ch.R., S.Si., M.T. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri yang telah membantu perkuliahan saya serta selaku koordinator tugas akhir atas arahan untuk mengikuti skripsi pada semester ini.
5. Bapak Rudy Vernando Silalahi, M.T. selaku pembimbing tugas akhir yang senantiasa memberikan bimbingan, mengarahkan, dan mendukung saya dalam pengerjaan laporan.
6. Bapak Eric Jobiliong, Ph.D. selaku co-pembimbing tugas akhir yang memberikan saran-saran kepada saya dalam pengerjaan laporan.

7. Bapak Roby Sugama dan Albert Satya dari PT. Intan Dua yang memberikan data untuk pengolahan dan membagikan pengetahuan kepada saya untuk pengerjaan laporan
8. Dosen-dosen Teknik Industri Universitas Pelita Harapan atas saran dan penjelasan dalam proses pembuatan laporan tugas akhir ini.
9. Keluarga yang telah mendukung dalam mengerjakan laporan ini dan juga senantiasa memberikan bantuan baik secara moral dan material.
10. Bimo Prayogo, Eric Anthony, Danny Yodo, beserta semua teman Teknik Industri UPH angkatan 2014 lain yang membantu dalam memberikan motivasi serta saran kepada penulis.
11. Semua orang di PT. Intan Dua yang telah membantu penulis dalam proses pengerjaan laporan ini.
12. Semua pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dan pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Tangerang, 12 Februari 2019

Huanche Wilson

DAFTAR ISI

halaman

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI	
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pokok Permasalahan.....	2
1.3 Pembatasan Masalah	2
1.4 Tujuan Penelitian.....	2
1.5 Sistematika Penulisan Laporan.....	2
BAB 2 LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Pemasaran.....	4
2.1.1 Tujuan Pemasaran	5
2.2 Pengertian Strategi Pemasaran	6
2.2.1 Jenis-Jenis Strategi Pemasaran.....	7
2.3 Marketing Mix.....	8
2.3.1 Product	9
2.3.2 Price	10
2.3.3 Place	11
2.3.4 Promotion.....	12
2.3.5 Process	13
2.3.6 People.....	14
2.3.7 Physical Evidence	15
2.4 Internal Factor Evaluation Matrix	16
2.5 External Factor Evaluation Matrix	17
2.6 SWOT Analysis.....	18
2.6.1 Fungsi SWOT	20
2.6.2 Diagram Cartesius SWOT	20
2.6.3 Matriks SWOT	22
2.7 <i>Business Model Canvas</i>	23
BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1 Studi Pendahuluan	27
3.2 Identifikasi Masalah	27
3.3 Tujuan Penelitian.....	27

3.4	Studi Pustaka	28
3.5	Pengumpulan Data.....	28
3.6	Pengolahan Data	28
3.7	Analisis dan Pembahasan	29
3.8	Kesimpulan dan Saran	29
3.9	Flowchart Metode Penelitian.....	30
BAB 4	PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	
4.1	Data Umum Perusahaan	32
4.1.1	Sejarah Perusahaan	32
4.1.2	Visi-Misi PT Intan Dua.....	32
4.1.3	Struktur Organisasi Perusahaan	33
4.1.4	<i>Business Model Canvas</i>	35
4.2	Data Khusus.....	38
4.2.1	Trend Analysis Penjualan Pakaian Oblong Terhadap Reseller.....	38
4.2.2	Marketing Mix Perusahaan	40
4.2.2.1	Product	41
4.2.2.2	Price.....	44
4.2.2.3	Place	45
4.2.2.4	Promotion	47
4.2.2.5	People	48
4.2.2.6	Process.....	50
4.2.2.7	Physical Evidence	53
4.2.3	Internal Factor Evaluation.....	56
4.2.3.1	Faktor-Faktor Internal	56
4.2.3.2	Hasil Kuisisioner Faktor Internal.....	63
4.2.3.3	Internal Factor Evaluation Matrix	65
4.2.4	External Factor Evaluation.....	67
4.2.4.1	Faktor-Faktor Eksternal.....	67
4.2.4.2	Hasil Diskusi Faktor Eksternal.....	69
4.2.4.3	External Factor Evaluation Matrix	75
BAB 5	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
5.1	Analisis IFE	78
5.2	Analisis EFE.....	80
5.3	Analisis SWOT.....	83
5.3.1	Diagram Cartesius SWOT	83
5.3.2	Matriks SWOT	84
5.3.2.1	Strategi ST.....	86
5.4	Implementasi Strategi pada PT Intan Dua.....	88
5.5	<i>Business Model Canvas</i> PT Intan Dua Setelah Implementasi Strategi.....	90
BAB 6	KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1	Kesimpulan	93

6.2 Saran.....94

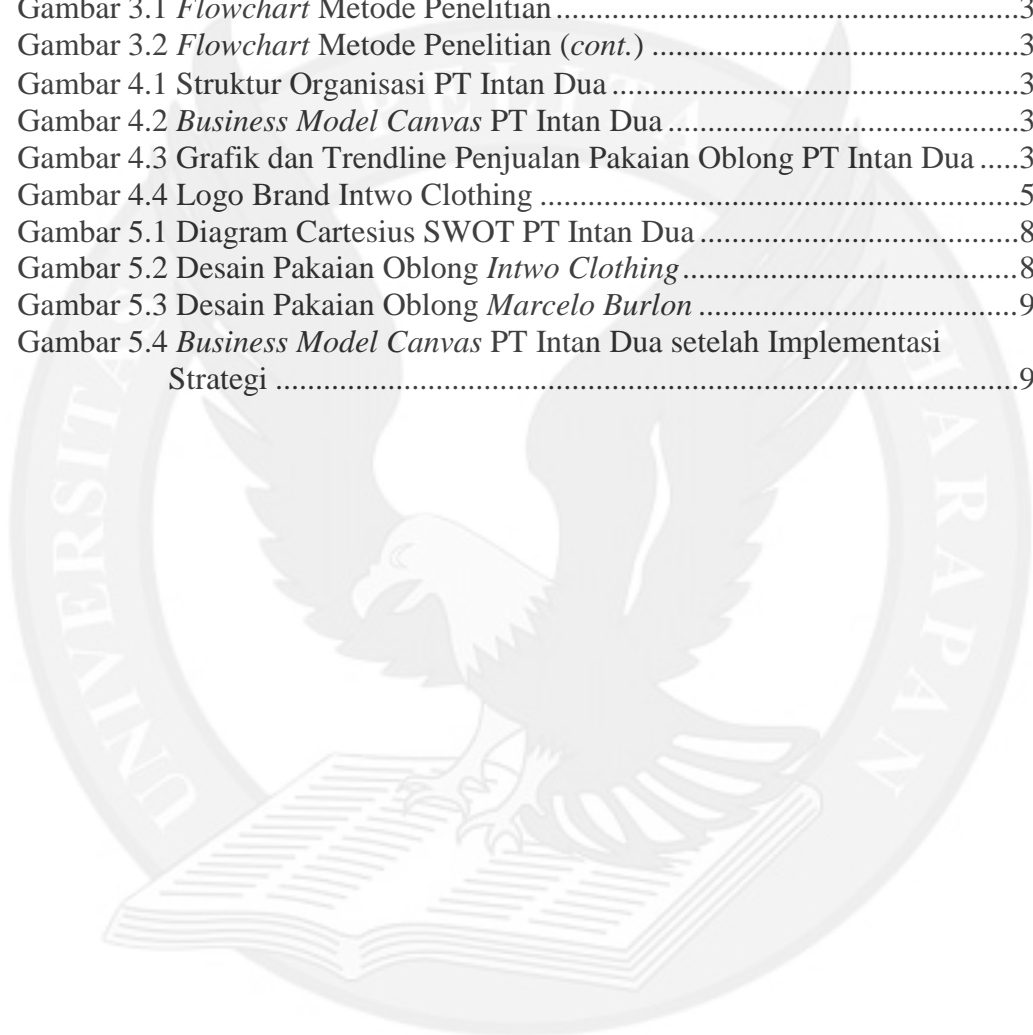
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 2.1 Diagram Cartesius SWOT.....	21
Gambar 2.2 <i>Business Model Canvas</i>	26
Gambar 3.1 <i>Flowchart</i> Metode Penelitian.....	30
Gambar 3.2 <i>Flowchart</i> Metode Penelitian (<i>cont.</i>)	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Intan Dua	33
Gambar 4.2 <i>Business Model Canvas</i> PT Intan Dua	37
Gambar 4.3 Grafik dan Trendline Penjualan Pakaian Oblong PT Intan Dua	38
Gambar 4.4 Logo Brand Intwo Clothing	56
Gambar 5.1 Diagram Cartesius SWOT PT Intan Dua	83
Gambar 5.2 Desain Pakaian Oblong <i>Intwo Clothing</i>	89
Gambar 5.3 Desain Pakaian Oblong <i>Marcelo Burlon</i>	90
Gambar 5.4 <i>Business Model Canvas</i> PT Intan Dua setelah Implementasi Strategi	91



DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 2.1 Matriks IFE	17
Tabel 2.2 Matriks EFE	18
Tabel 2.3 Matriks SWOT	23
Tabel 4.1 Data Penjualan Pakaian Oblong PT Intan Dua (<i>Reseller</i>)	38
Tabel 4.2 Data Penjualan Pakaian Oblong PT Intan Dua (<i>Reseller</i>)	38
Tabel 4.3 Data Penjualan Pakaian Oblong Terhadap Setiap Reseller	39
Tabel 4.4 Data Penjualan Pakaian Oblong Terhadap Setiap Reseller	40
Tabel 4.5 <i>Size Chart</i> Pakaian Oblong	41
Tabel 4.6 Harga B2B Pakaian Oblong	44
Tabel 4.7 Tingkat Pendidikan Karyawan PT Intan Dua	49
Tabel 4.8 Umur Karyawan	49
Tabel 4.9 Jenis Kelamin Karyawan	49
Tabel 4.10 Ringkasan Hasil Rataan Kuisioner Internal	64
Tabel 4.11 <i>Internal Factor Evaluation Matrix</i>	66
Tabel 4.12 Statistik Nilai Impor Produk dari Negara China	67
Tabel 4.13 Ringkasan Rataan Hasil Penilaian Faktor Eksternal	75
Tabel 4.14 <i>External Factor Evaluation Matrix</i>	76
Tabel 5.1 <i>Internal Factor Evaluation Matrix</i> PT Intan Dua	79
Tabel 5.2 <i>External Factor Evaluation Matrix</i> PT Intan Dua	81
Tabel 5.3 Matriks SWOT PT Intan Dua	85

DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lampiran A	
Trend Analysis Terhadap Seluruh Reseller	A-1
Lampiran B	
Kuisisioner Faktor Internal	B-1
Hasil Kuisisioner Faktor Internal	B-4
Lampiran C	
Hasil Penilaian Faktor Eksternal.....	C-1

