

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, laporan skripsi dengan judul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK KULIT SINTETIK MENGGUNAKAN METODE SWOT PADA PT JAYA BARU CEMERLANG” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Laporan skripsi ini disusun berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dari Agustus 2018 hingga Januari 2019. 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 Fakultas Sains dan Teknologi.
4. Ibu Priskila Ch.R., S.Si, M.T. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri.
5. Bapak Andry M. Panjaitan, M.T. selaku pembimbing skripsi yang senantiasa memberikan bimbingan, mengarahkan, dan mendukung saya dalam pengerjaan laporan.
6. Bapak Rudy V. Silalahi, S.E., M.T. selaku co-pembimbing skripsi yang memberikan saran-saran kepada saya dalam pengerjaan laporan.
7. Bapak Bong Sui Liong dari perusahaan / organisasi yang memberikan data untuk pengolahan dan membagikan pengetahuan kepada saya untuk pengerjaan laporan.

8. Orang tua, yang telah terus mendukung dan mendoakan penulis dalam membuat laporan skripsi ini agar dapat berjalan lancar dari awal hingga akhir.
9. Dion Chinputra, yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam membuat laporan skripsi ini.
10. Tamara Olivia, Stella Bellina, Josephine Kasena, dan Belinda Faustina, selaku teman jurusan Teknik Industri yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
11. Valencia Kristina, Angelina Agustine, dan Hilda selaku teman dari penulis yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
12. William Surya, selaku teman satu bimbingan yang telah memberikan dukungan satu sama lain.
13. Semua pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka akan kritik dan saran dari pembaca yang dapat membantu membuat laporan skripsi ini menjadi lebih baik lagi. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya.

Tangerang, 8 Februari 2019

(Natama Felicia Artanauli)

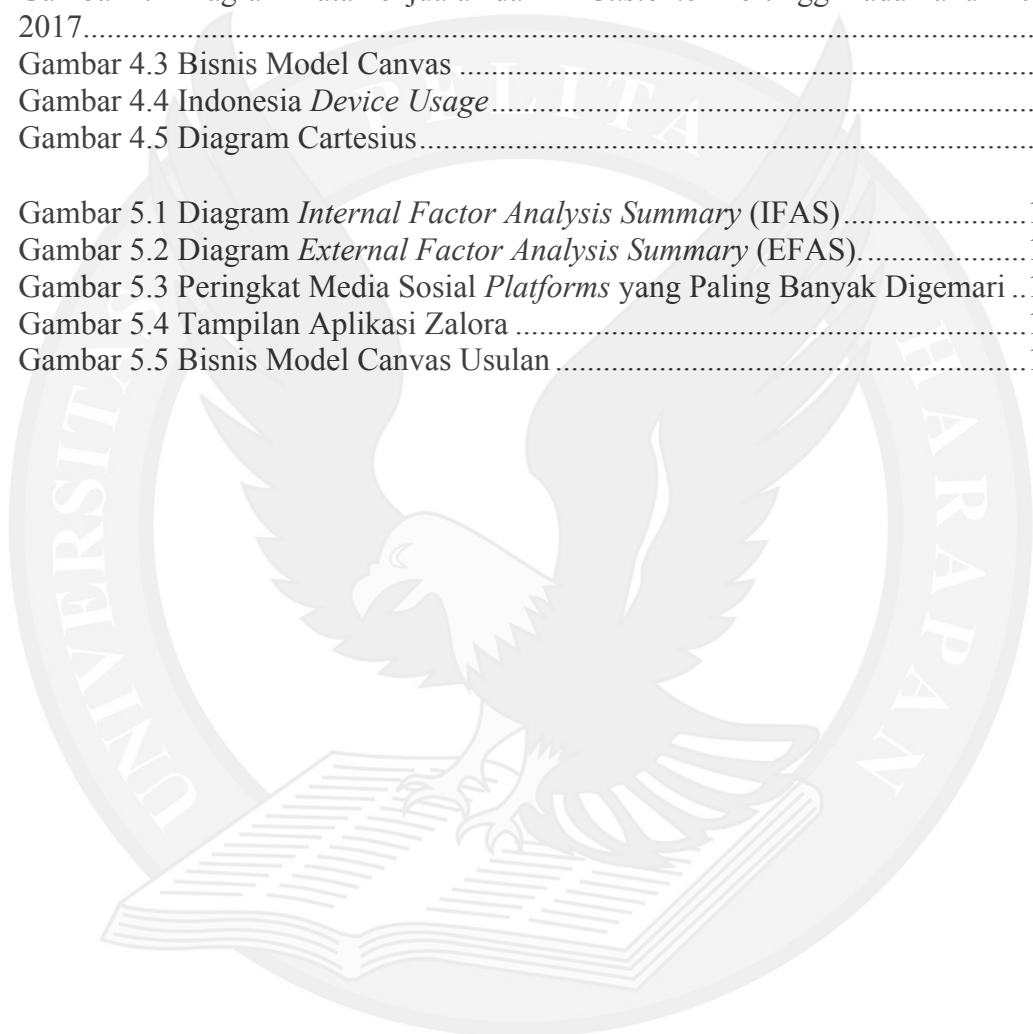
## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan dan Batasan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Sistematika Penulisan.....	3
<b>BAB II STUDI LITERATUR</b>	
2.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
2.3 Prinsip Pareto.....	8
2.4 <i>Control Chart</i> .....	8
2.5 Marketing Mix.....	9
2.6 Segmentasi Pasar.....	9
2.7 Bisnis Model Kanvas.....	10
2.8 Strategi Pemasaran 5P.....	11
2.8.1 <i>Product</i> .....	11
2.8.2 <i>Price</i> .....	12
2.8.3 <i>Place</i> .....	13
2.8.4 <i>Promotion</i> .....	14
2.8.5 <i>People</i> .....	14
2.9 Analisis SWOT.....	15
2.10 <i>The Internal Strategic Factor Analysis Summary (IFAS) Matrix</i> .....	16
2.11 <i>The External Strategic Factor Analysis Summary (EFAS) Matrix</i> .....	17
2.12 Analisis Lingkungan Eksternal.....	19
2.13 Matriks SWOT.....	20
2.14 Interval Tingkat Kepentingan dan Kepuasan.....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Studi Pendahuluan.....	23
3.2 Identifikasi Masalah.....	23
3.3 Tujuan Penelitian.....	24
3.4 Kajian Pustaka.....	24

3.5	Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	24
3.6	Analisis dan Pembahasan.....	26
3.7	Kesimpulan dan Saran .....	26
3.8	Diagram Alir Metode Penelitian.....	26
<b>BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA</b>		
4.1	Sejarah Perusahaan .....	28
4.2	Struktur Organisasi dan Job Description .....	29
4.3	Data Penjualan Perusahaan .....	31
4.4	Bisnis Model Kanvas .....	35
4.5	Marketing Mix Konsep 5P.....	39
4.5.1	<i>Product</i> .....	39
4.5.2	<i>Price</i> .....	41
4.5.3	<i>Place</i> .....	42
4.5.4	<i>Promotion</i> .....	43
4.5.5	<i>People</i> .....	43
4.6	Analisis SWOT .....	44
4.7	Analisis Lingkungan Internal.....	48
4.8	Analisis Lingkungan Eksternal.....	51
4.9	Diagram Cartesius.....	69
<b>BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>		
5.1	Analisis Matriks Internal.....	71
5.1.1	Analisis Internal Berdasarkan <i>Customer</i> .....	71
5.1.2	Analisis Internal Berdasarkan Perusahaan.....	92
5.2	Analisis Matriks Faktor Eksternal .....	107
5.3	Analisis Matriks SWOT ( <i>Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats</i> ).....	133
5.3.1	Strategi SO (Mendukung sebagai <i>Growth</i> ).....	135
5.4	Bisnis Model Canvas Baru.....	142
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
6.1	Kesimpulan .....	145
6.2	Saran .....	146
DAFTAR PUSTAKA .....		148
LAMPIRAN.....		153

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian .....	27
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Jaya Baru Cemerlang .....	30
Gambar 4.2 Diagram Data Penjualan dari 11 <i>Customer</i> Tertinggi Pada Tahun 2016-2017.....	34
Gambar 4.3 Bisnis Model Canvas .....	36
Gambar 4.4 Indonesia <i>Device Usage</i> .....	53
Gambar 4.5 Diagram Cartesius.....	69
Gambar 5.1 Diagram <i>Internal Factor Analysis Summary</i> (IFAS).....	105
Gambar 5.2 Diagram <i>External Factor Analysis Summary</i> (EFAS).....	132
Gambar 5.3 Peringkat Media Sosial <i>Platforms</i> yang Paling Banyak Digemari ..	138
Gambar 5.4 Tampilan Aplikasi Zalora .....	142
Gambar 5.5 Bisnis Model Canvas Usulan .....	142



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Contoh Matriks SWOT .....	20
Tabel 4.1 Data Penjualan 2016-2017 (20 besar).....	32
Tabel 4.2 Data Penjualan 11 <i>Customer</i> Tertinggi Pada Tahun 2016 dan 2017.....	33
Tabel 4.3 Faktor Kekuatan dan Kelemahan dari PT Jaya Baru Cemerlang .....	45
Tabel 4.4 Penentuan Bobot Faktor-Faktor Kekuatan dan Kelemahan .....	49
Tabel 4.5 <i>Internal Factor Analysis Summary</i> (IFAS).....	50
Tabel 4.6 Penentuan Bobot Faktor-Faktor Peluang dan Ancaman.....	66
Tabel 4.7 <i>External Factor Analysis Summary</i> (EFAS).....	68
Tabel 5.1 Hasil Analisis Internal STP-SP Kuesioner <i>Customer</i> .....	72
Tabel 5.2 Hasil Analisis Internal LU-KU Kuesioner <i>Customer</i> .....	82
Tabel 5.3 Hasil Analisis Internal STP-SP Kuesioner Perusahaan .....	93
Tabel 5.4 Hasil Kuesioner Faktor Internal LU-KU Berdasarkan Perusahaan .....	102
Tabel 5.5 Hasil Analisis Eksternal STP-SP Kuesioner.....	108
Tabel 5.6 Analisis Faktor Eksternal Skala (RL-RK) .....	122
Tabel 5.7 Matriks SWOT.....	134

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kompilasi Data Penjualan	
Kompilasi Data Penjualan 2016.....	A-1
Kompilasi Data Penjualan 2017.....	A-2
Lampiran B Kuesioner	
Kuesioner Internal.....	B-1
Kuesioner Eksternal.....	B-2
Lampiran C Contoh Penerapan Strategi SO	
Strategi SO 1.....	C-1
Strategi SO 2.....	C-2
Strategi SO 3.....	C-3

