

KATA PENGANTAR

Pertama-tama, saya ingin mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan berkat dan karunia-Nya selama proses penulisan tugas akhir ini dari awal hingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tugas akhir ini berjudul “*Marketing Plan Software Akuntansi Chatat*” dan ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.

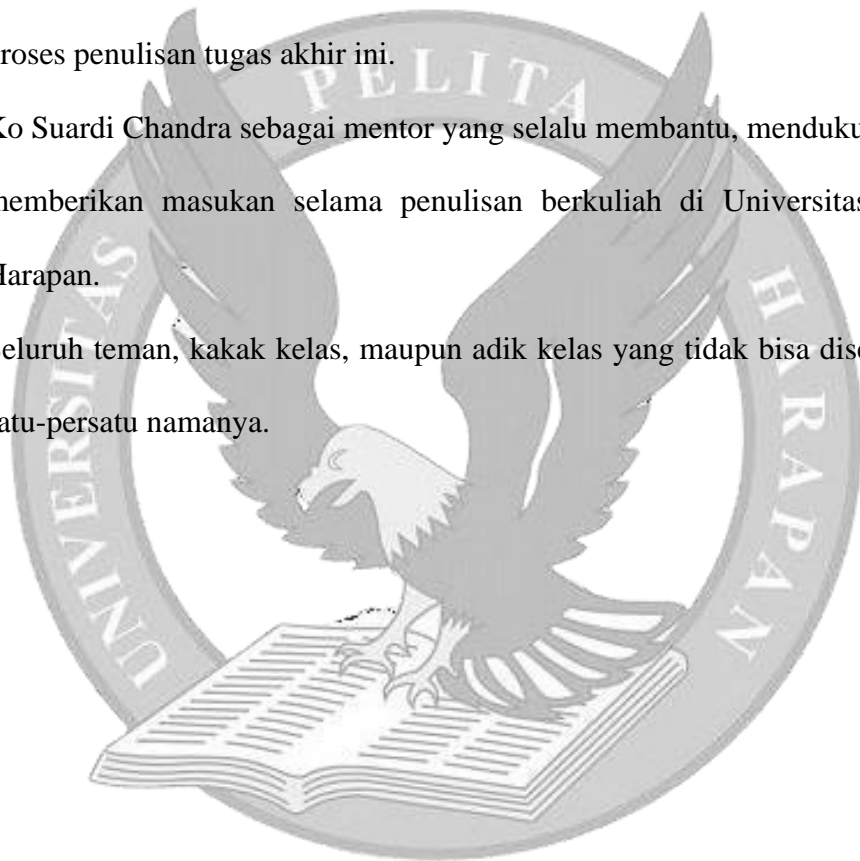
Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna dan memiliki kekurangan, baik dalam susunan kalimat maupun tata bahasanya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan segala masukan, kritik, maupun saran yang bersifat membangun dan mengarah pada penyempurnaan tugas akhir ini. Dalam menyusun tugas akhir ini, penulis menemukan banyak sekali rintangan dan hambatan. Akan tetapi, berkat bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini pada waktu yang telah ditentukan. Maka dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

- 1) Bapak Dr. (Hon.) Jonathan L. Parapak, M.Eng.Sc. selaku rektor Universitas Pelita Harapan.
- 2) Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, MBA., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Business School Universitas Pelita Harapan.

- 3) Ibu Isana S.C. Meranga, S.P., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen di Universitas Pelita Harapan.
- 4) Bapak Radityo Fajar Arianto, S.E., M.B.A. selaku Ketua Konsentrasi Kewirausahaan di Universitas Pelita Harapan dan Dosen Pembimbing skripsi penulis.
- 5) Bapak Dr. Kim Sung Suk B.A., M.Sc. selaku Pembimbing Akademik penulis.
- 6) Seluruh dosen yang telah memberikan pelajaran kepada penulis selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan.
- 7) Seluruh staf dan karyawan Universitas Pelita Harapan yang telah membantu dalam proses administrasi dari awal hingga akhir.
- 8) Kedua orang tua yang saya cintai dan seluruh anggota keluarga yang membantu menyemangati saya dengan memberikan bantuan doa serta dorongan yang memungkinkan penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
- 9) Teman-teman terdekat dan seperjuangan penulis, Brian Thomas, Steven Ivanto, Calvin Pratama, Edrik Emerson, Eldon Safero, Michael Lin, Christian Felix, Viron Rivaldo, dan Christian Kertawiguna untuk pertemanan yang terjalin dari awal berkenalan.
- 10) Keluarga Besar Himpunan Mahasiswa Program Studi Manajemen 2019/2020 yang selalu ada untuk membantu, memotivasi, mendukung, dan memberikan semangat kepada penulis, Bryan Pangestu, Eka Putra, Brian Thomas, Richeart Widjaja, Stevany Shannova, Tiffany, Natasya Metta,

Stephanie Ophelia, Maevy Callista, Karen Caroline, Calvin Patrick Jonathan, Calvin Pratama Halim, As-Syifa Mujahidah, Nagas Denson, Jason, Winson, Aulya Adzani, Angela Vania Luke, Michelle Kentle, dan Julio Capello.

- 11) Teman-teman sekelas penulis, Amal Burga, Vivian Khu, Farah Sabrina, Alice Sebastian, Michelle Selina dan yang tidak bisa disebutkan satu-persatu namanya yang telah memberikan dukungan serta bantuan dalam proses penulisan tugas akhir ini.
- 12) Ko Suardi Chandra sebagai mentor yang selalu membantu, mendukung, dan memberikan masukan selama penulisan berkuliah di Universitas Pelita Harapan.
- 13) Seluruh teman, kakak kelas, maupun adik kelas yang tidak bisa disebutkan satu-persatu namanya.



Jakarta, 24 November 2020

Vincent Brian Lau

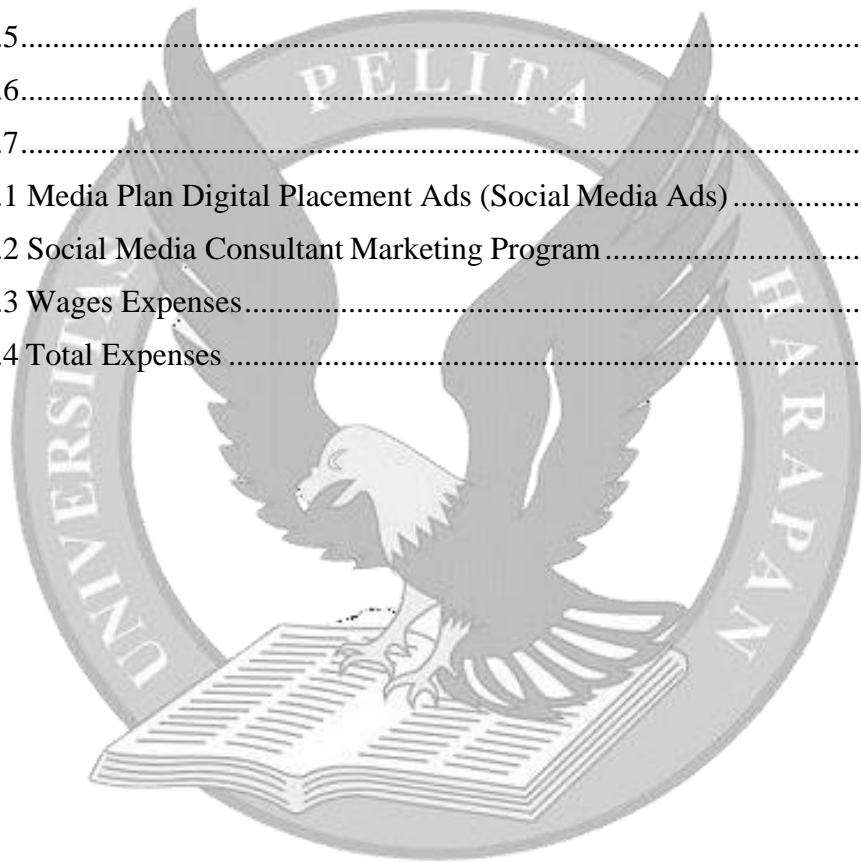
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I EXECUTIVE SUMMARY	1
1.1 Introduction	1
1.2 Company Background	1
1.3 Market Analysis.....	2
1.4 Sales Analysis.....	3
1.5 Industry Analysis.....	4
1.7 Marketing Strategic Objectives	6
1.8 Marketing and Team Budget	6
1.9 Marketing Chanel	7
BAB II MARKET ANALYSIS	9
2.1 Market Target	10
BAB III COMPETITOR ANALYSIS	14
3.1 Direct Competitor	14
3.1.1 Zahir Simply	15
3.1.2 BukuWarung	18
3.1.3 BukuKas	19
3.2 Indirect Competitor	20
3.2.1 Microsoft Excel.....	21
BAB IV SALES ANALYSIS	22
4.1 Chatat Download Projection by Region	23

4.2 Domestic SMEs that already using Internet by Region.....	24
4.3 Chatat Download Projection by Region	26
4.4 Chatat New Subscription Projection by Region.....	27
4.5 Chatat B2C Sales Revenue Projection	28
4.6 Return Rate Projection	30
BAB V SWOT ANALYSIS	32
5.1 Internal & External Factor Analysis.....	33
5.1.1 Strengths.....	35
5.1.2 Weaknesses	38
5.1.3 Opportunities.....	39
5.1.4 Threats.....	40
BAB VI MARKETING STRATEGIC OBJECTIVES.....	42
5.1 Promoting Brand Awareness.....	43
5.2 Acquiring New Customer.....	46
5.3 Marketing Channel	47
BAB VII MARKETING TEAM AND BUDGET	52
7.1 Marketing Team	52
7.2 Marketing Budget.....	53
BAB VIII DIGITAL AND TRADITIONAL MARKETING LEVERAGE ..	56
BAB IX PRODUCT, PRICE, AND CHANNEL OF DISTRIBUTION	58
9.1 Price.....	58
9.2 Product.....	60
9.3 Place	61
9.4 Promotion	62
9.4.1 Online.....	63
9.4.2 Offline	64
DAFTAR PUSTAKA	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.....	13
Tabel 4.1.....	24
Tabel 4.2.....	25
Tabel 4.3.....	26
Tabel 4.4.....	26
Tabel 4.5.....	27
Tabel 4.6.....	27
Tabel 4.7.....	29
Tabel 7.1 Media Plan Digital Placement Ads (Social Media Ads).....	53
Tabel 7.2 Social Media Consultant Marketing Program.....	54
Table 7.3 Wages Expenses.....	55
Table 7.4 Total Expenses.....	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.....	22
Gambar 7.1.....	52

