

KATA PENGANTAR

Pertama-tama, saya ingin mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan berkat dan anugrah-Nya selama proses penulisan tugas akhir ini dari awal hingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tugas akhir ini berjudul “Rencana Strategis Pengembangan Pangsa Pasar Bisnis Sans Sablon Melalui Pemasaran Digital” dan ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Jenjang Pendidikan Strata 1 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 rector 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.
5. Chrisanty V. Layman, B.A., M.Sc. selaku Pembimbing Skripsi.
6. Danet Arya Patria, S.E., M.B.A. selaku Pembimbing Akademik.
7. Seluruh dosen yang telah memberikan pelajaran kepada penulis selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan.
8. Seluruh staf dan karyawan Universitas Pelita Harapan yang telah membantu dalam proses administrasi dari awal hingga akhir.
9. 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.
10. Teman-teman terdekat, Alexander Zebua, Ardian Handoko, Andrew Aliwarga, Dany Tanesia, Darwin Chai, Prisillia, Maya, Wen Wen dan Along untuk pertemanan yang terjalin dari awal perkuliahan.
11. Teman-teman, Valent Hendrison, Thomas Chang, Jonathan Ferle, Julius Chang, Fenny Chang, Yvonne, Tony, Hery, Apetong, Mario, Fendy, Hoky, Beatrice, Hartono, Jimmy, Along, Nicksen, Awi, Johan, dan yang tidak bisa disebutkan satu-persatu namanya yang telah memberikan dukungan tugas akhir ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB 1 EXECUTIVE SUMMARY	1
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Deskripsi Perusahaan.....	1
1.3 Analisa Pasar	2
1.4 Analisa Penjualan.....	2
1.5 Analisa Industri	3
1.6 Analisa SWOT	3
1.7 Rencana Strategis Pemasaran.....	4
1.8 Tim dan Biaya Pemasaran.....	5
1.9 Pemasaran Digital dan Tradisional	5
BAB II MARKET ANALYSIS	6
2.1 Segmentasi Pasar.....	11
2.2 Target Pasar	12
2.3 Positioning	13
BAB III COMPETITOR ANALYSIS.....	14
BAB IV SALES ANALYSIS	17

BAB V SWOT ANALYSIS	30
5.1 Strengths.....	30
5.2 Weakness	31
5.3 Opportunity.....	31
5.4 Threat.....	33
BAB VI MARKETING STRATEGIC OBJECTIVES.....	37
6.1 Promoting Brand Awareness.....	38
6.2 Viral Marketing.....	40
6.3 Supporting B2B.....	41
BAB VII MARKETING TEAM AND BUDGET	47
7.1 Marketing Team.....	47
7.2 Marketing Budget	47
BAB VIII DIGITAL AND TRADITIONAL MARKETING LEVERAGE ..	50
8.1 Keunggulan Digital Marketing.....	51
BAB IX PRODUCT, PRICE AND CHANNEL OF DISTRIBUTION	54
9.1 Product.....	54
9.2 price.....	58
9.3 Place.....	58
9.4 Promotiom	59
BAB X BUSINESS MODEL CANVAS.....	61
DAFTAR PUSTAKA	64

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 <i>Competitor</i> dari Sans Sablon.....	14
Tabel 4.1 <i>Income Statement</i> Sans Sablon 2019 (Customer Loyal).....	17
Tabel 4.2 <i>Income Statement</i> Sans Sablon 2019 (Customer Biasa)	18
Tabel 4.3 Penjualan Jasa dan Produk Kaos 2019	20
Tabel 4.4 Total <i>Gross Profit</i> Sans Sablon 2019	20
Tabel 4.5 Total <i>Sales Unit</i> Sans Sablon 2019.....	20
Tabel 4.6 Pengeluaran Biaya Sans Sablon 2019	21
Tabel 4.7 Pengeluaran Biaya Peralatan Sans Sablon	22
Tabel 4.8 <i>Income Statement</i> Customer <i>Loyal</i> 2020.....	22
Tabel 4.9 <i>Income Statement</i> Customer Biasa 2020.....	24
Tabel 4.10 Penjualan Jasa dan Produk Kaos 2020	25
Tabel 4.11 Total <i>Gross Profit</i> Sans Sablon 2020	25
Tabel 4.12 Pengeluaran Biaya Sans Sablon 2020.....	27
Tabel 4.13 Total <i>Sales Unit</i> Sans Sablon 2020.....	27
Tabel 4.14 Total <i>Net Profit</i> Sans Sablon 2019-2020	27
Tabel 4.15 <i>Unit Sales Target</i> Sans Sablon 2021	28
Tabel 5.1 Tows Matrix strategi.....	33
Tabel 6.1 <i>Action Plan Marketing</i> Sans Sablon	43
Tabel 7.1 Biaya Iklan Instagram dan Facebook <i>Ads</i>	48
Tabel 7.2 Proyeksi biaya pengeluaran supporting B2B	48
Tabel 9.1 Produk dan Jasa Sans Sablon	54
Tabel 10.1 <i>Business Model Canvas</i>	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Sans Sablon.....	8
Gambar 8.1 Proses melakukan periklanan pada Instagram ads	52
Gambar 9.1 Produk dan Jasa Sans Sablon.....	58
Gambar 9.2 Produk dan Jasa Sans Sablon.....	58
Gambar 9.3 Produk dan Jasa Sans Sablon.....	59
Gambar 9.4 Foto Katalog Warna Kaos Sans Sablon.....	59
Gambar 9.5 Foto Proses Sablon Sans Sablon	60

