

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat serta penyertaanNya yang luar biasa dalam segala perjalanan yang telah dilalui, sehingga Tugas Akhir dengan judul RENCANA PEMASARAN BISNIS MEBELSOHO dapat diselesaikan dengan baik oleh Penulis.

Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Tangerang, dan memberikan pembelajaran dalam bentuk teori maupun pengalaman bagi Penulis selama proses penyusunan. Proses pembuatan Tugas Akhir ini juga memberikan Penulis kesempatan untuk dapat mengaplikasikan berbagai ilmu ekonomi yang telah dipelajari selama mengikuti kegiatan perkuliahan di Universitas Pelita Harapan.

Selama proses pembuatan Tugas Akhir, Penulis telah mendapatkan doa, bimbingan, dukungan, bantuan dari berbagai pihak yang terlibat, dan yang terutama hikmat dari Tuhan Yang Maha Esa sehingga Penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir sesuai dengan aturan jangka waktu yang berlaku. Oleh karena itu, Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak turut memberikan bantuan dan campur tangan selama proses pembuatan Tugas Akhir ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, tanpa bantuan - Nya penulis tidak dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik dan tepat waktu.

2. Bapak Dr (Hon) Jonathan Parapak selaku Rektor Universitas Pelita Harapan.
3. Ibu Gracia Shinta S.Ugut MBA. Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan.
4. Ibu Isana S.C. Meranga, S.P., M.M Selaku Ketua Jurusan Manajemen.
5. Bapak Zoel Hutabarat, S.IP, MBA Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktunya untuk memberi masukan, bimbingan, dan banyak memberi saran untuk penulis.
6. Seluruh dosen konsentrasi kewirausahaan yang telah membantu dalam memberikan pendidikan akademis dan saran kepada Penulis selama masa perkuliahan.
7. Semua dosen yang telah mengajar Penulis selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan dan seluruh staf karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi atas bantuan yang diberikan dalam mengurus kegiatan administrasi.
8. Orang tua dan keluarga yang selalu memberi dukungan dan doa.
9. Teman, sahabat, dan saudara yang selalu menemani penulis baik dalam keadaan senang maupun susah.
10. Teman-teman kepanitiaan dan teman semasa saya kuliah.
11. Teman-teman semasa sekolah yang telah membantu memberikan doa.
12. Seluruh pihak yang namanya tidak bisa dituliskan satu per satu.

Demikian kata pengantar yang disampaikan oleh Penulis. Penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir ini masih jauh dari definisi sempurna dan tidak luputnya Penulis dari segala kesalahan dan kekurangan. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang membangun akan sangat diharapkan dan bermanfaat bagi Penulis. Semoga Tugas

Akhir ini dapat memberikan faedah dan hikmah bagi semua pihak yang membaca.

Tangerang, 11 Mei 2021

Penulis

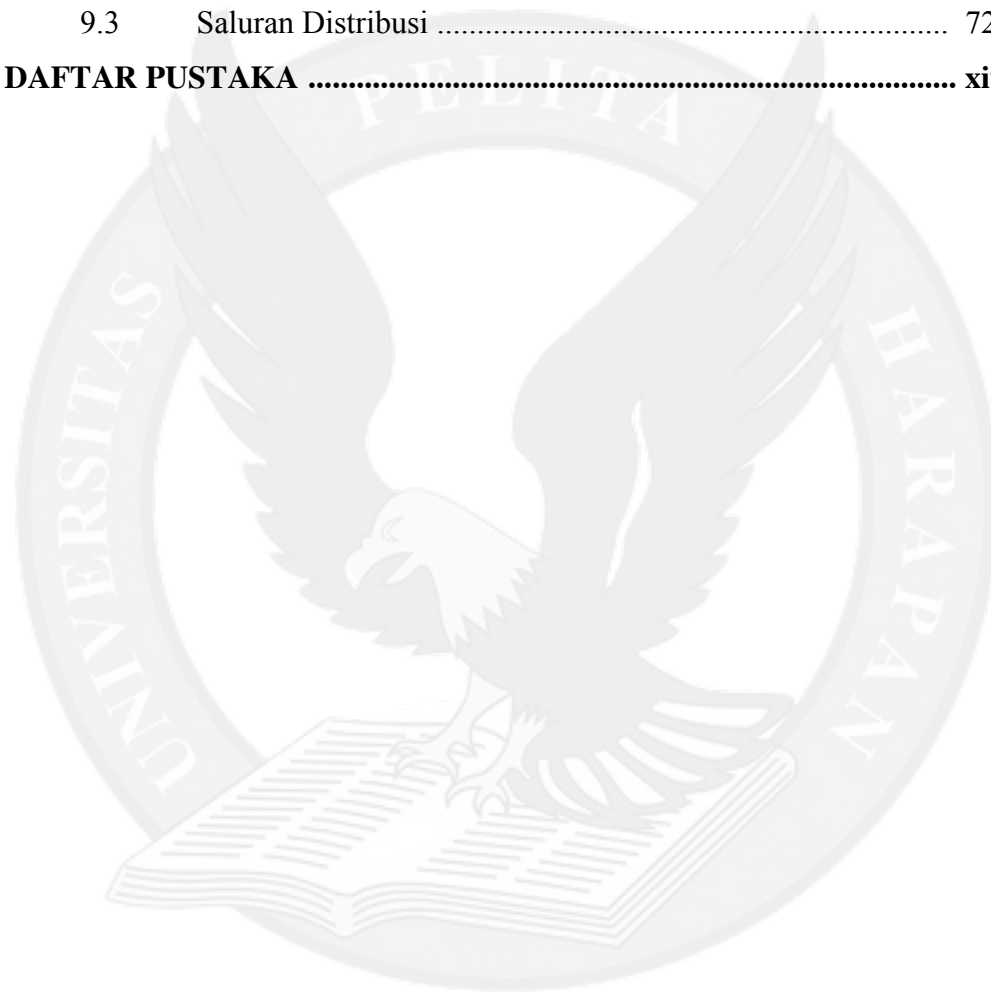


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I RINGKASAN EKSEKUTIF.....	1
1.1 Pendahuluan	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan	2
1.1.2 Visi dan Misi	4
1.1.3 Logo dan Tagline	4
1.1.4 Produk dan Jasa	4
1.1.5 Status Mebelsoho Saat Ini	5
1.1.6 Sumber dana	5
1.1.7 Status dan Legalitas Kepemilikan	6
1.1.8 Profil Perusahaan	6
1.2 Analisis Pasar	7
1.3 Analisis Pesaing	9
1.4 Analisis Penjualan	10
1.5 Analisis SWOT	11
1.6 Strategi Objektif Pemasaran	12
1.7 Tim Pemasaran dan Anggaran	12
1.8 Pemasaran Digital dan Tradisional untuk Mencapai Strategi Objektif.....	13
1.9 Produk, Harga dan Saluran Distribusi	14
BAB II ANALISIS PASAR	15

2.1	Segmentasi Pasar	15
2.2	Target Pasar	17
BAB III ANALISIS PESAING		20
3.1	Pesaing Langsung (<i>direct competitor</i>)	20
3.1.1	Cellini	20
3.1.2	Forme Furniture	22
3.2	Pesaing Tidak Langsung (<i>indirect competitor</i>)	25
3.2.1	Jejak Living	25
3.2.2	Club Plastic Furniture	29
BAB IV ANALISIS PENJUALAN		31
BAB V ANALISIS SWOT		37
5.1	SWOT Analysis Strategic	37
5.2	Internal Factor Analysis Strategic (IFAS)	43
5.3	External Factor Analysis Strategic (EFAS)	45
5.4	Analisis IFAS dan EFAS	47
5.5	Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)	49
BAB VI STRATEGI OBJEKTIF PEMASARAN.....		53
6.1	Proses Strategi Secara Umum	53
6.2	Pembuatan Strategi	54
6.2.1	Direct Marketing Mebelsoho.....	54
6.2.2	Personal Selling Mebelsoho	55
6.2.3	Sales Promotion Mebelsoho	56
6.2.4	Public Relation Mebelsoho	57
6.2.5	Advertising Mebelsoho	59
BAB VII TIM PEMASARAN DAN ANGGARAN.....		61
7.1	Struktur Perusahaan	61
7.2	Sumber Dana	62
7.3	Tim Manajemen Marketing	63
7.4	Budget Marketing	64
BAB VIII PEMASARAN DIGITAL DAN TRADISIONAL UNTUK MENCAPAI STRATEGI OBJEKTIF		67

8.1	Tujuan Strategis Pemasaran	67
8.2	Pemasaran Digital	67
8.3	Pemasaran Tradisional	68
BAB IX PRODUK, HARGA DAN SALURAN DISTRIBUSI.....		69
9.1	Produk	69
9.2	Harga	71
9.3	Saluran Distribusi	72
DAFTAR PUSTAKA		xiv



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Logo MebelSoho.....	4
Gambar 1.2	Peta Jalan Strategis Mebelsoho	11
Gambar 3.1	Logo Cellini	20
Gambar 3.2	Salah Satu <i>Furniture</i> Sofa Cellini	21
Gambar 3.3	Logo Forme Furniture	22
Gambar 3.4	Salah Satu <i>Furniture</i> Sofa Forme Furniture	23
Gambar 3.5	Instagram Forme Furniture	24
Gambar 3.6	Logo Jejak Living	25
Gambar 3.7	Produk Kursi Jejak Living	26
Gambar 3.8	Produk Sofa Jejak Living	27
Gambar 3.9	Logo Club Plastic Furniture	29
Gambar 3.10	Salah Satu <i>Furniture</i> Club Plastic Furniture	29
Gambar 5.1	Matriks IFE dan EFE	48
Gambar 6.1	Fitur Instagram <i>ads</i>	60
Gambar 7.1	Struktur Organisasi Mebelsoho	62
Gambar 7.2	<i>Budget Marketing</i> Mebelsoho pada Masa Depan	66
Gambar 9.1	Contoh Produk Skala Besar	70
Gambar 9.2	Contoh Produk Skala Kecil	70
Gambar 9.3	Contoh Produk Campuran	71
Gambar 9.4	Proses distribusi MebelSoho	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Segmentasi Pasar Mebelsoho.....	16
Tabel 4.1	Data Target Penjualan Skala Kecil pada Tahun 2020	32
Tabel 4.2	Data Konsumen Penjualan Skala Kecil yang Melakukan <i>Repeat Order</i> (perusahaan).....	33
Tabel 4.3	Data Konsumen Penjualan Skala Kecil yang Melakukan <i>Repeat Order</i> (Pribadi)	34
Tabel 5.1	Analisis SWOT	37
Tabel 5.2	<i>Internal Factor Analysis Strategic</i> (IFAS) Mebelsoho	43
Tabel 5.3	<i>External Factor Analysis Strategic</i> (EFAS) Mebelsoho	45
Tabel 5.4	<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM) Mebelsoho	50
Tabel 7.1	<i>Skill Inventory Department</i>	63
Tabel 7.2	<i>Key Performance Indicator</i> Divisi Marketing dan Sales	64
Tabel 7.3	Perencanaan Rincian Budget Marketing pada Masa Depan	64
Tabel 9.1	Daftar Harga Produk Mebelsoho	61