

Universitas Mercu Buana			
UNIVERSITAS MERCU BUANA			
Perpustakaan Pusat			
Sumber :	Sumbang		
Tanggal :	22/02/13		
No. Reg. :	1.12131085		
	21	11	51/13/096



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

# EVALUASI STRATEGI PEMASARAN PT. XYZ

KARYA AKHIR

Oleh  
AGUNG FIRMANUL HAKIM  
5510912-0006

UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
2012



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**EVALUASI STRATEGI PEMASARAN  
PT. XYZ**

**KARYA AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program  
Pascasarjana Magister Manajemen**

**Oleh**

**AGUNG FIRMANUL HAKIM**

**5510912-0006**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
2012**

## ABSTRACT

Basically all business activity has competition to get market share and company viability, the same situation in resin business such as PT XYZ. PT XYZ is the one of biggest resin company in Indonesia produce many type resin syntetic for the customer such as paint, glue, textile, otomotif, button, flexible packaging: The sales of PT XYZ has decrease during first semester 2011 than 2010, and this situation beside becomes serious problem, therefore PT XYZ should capable to evaluate marketing strategy to be better than before. The purposes of this study are to identify external and internal factors which are impact in evaluation of PT XYZ marketing strategy use descriptive-qualitatif methode. SWOT analysis were employed to identify strenghts, weaknesses, opportunitys, and threats of PT XYZ and this results used evaluate marketing strategy for increase marketing activity. PT XYZ management policy is to improve marketing mix strategy which has given many benefit and knowledge to exploit chances and anticipate threats. The result from evaluating and recommend is also to re-evaluate strategy for the next time.

Keywords : resin syntetic, chemical, product, price, place, promotion, SWOT Analysis.

## ABSTRAK

### EVALUASI STRATEGI PEMASARAN PT XYZ

Pada dasarnya semua kegiatan bisnis di semua sektor akan saling bersaing dalam merebutkan pangsa pasar dan kelangsungan hidup perusahaan, hal yang sama terjadi persaingan bisnis pada industri Resin yang digeluti oleh PT XYZ. PT XYZ adalah perusahaan kimia yang menghasilkan berbagai jenis Resin yang produknya dipasarkan untuk pasar domestik dan di ekspor ke berbagai Negara. Konsumen perusahaan ini adalah perusahaan Cat, Lem, Textile, industri otomotif, kancing, kemasan dan lain-lain. Penurunan volume penjualan yang dialami PT XYZ pada semester 2011 dibanding semester 2010 menjadi permasalahan serius serta semakin banyaknya jumlah perusahaan yang bergerak di bidang industri yang sama membuat PT XYZ dituntut untuk mampu mengevaluasi strategi pemasaran yang tepat. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi strategi pemasaran dan mengevaluasi strategi pemasaran PT XYZ (PT XYZ) dengan menerapkan metode deskriptif-kualitatif. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan EFE Matrix, IFE Matrix, dan matrik SWOT. Setelah melalui proses analisis SWOT, diketahui keunggulan, kelemahan, ancaman dan peluang yang dimiliki perusahaan. Dari sini kemudian perusahaan mulai mengevaluasi strategi pemasaran agar secara dapat meningkatkan kinerja pemasaran. Kebijakan manajemen PT XYZ untuk meningkatkan kinerja pemasaran melalui peningkatan usaha-usaha strategi bauran pemasaran (*product, price, place, promotion*) telah memberikan banyak masukan dan pengetahuan untuk memanfaatkan peluang yang ada dan mengantisipasi hambatan dapat yang timbul. Hasil evaluasi dan rekomendasi juga dilakukan untuk menjadi evaluasi bagi perusahaan di masa datang.

**Keywords** : resin sintetik, kimia, *product, price, place, promotion*, analisis SWOT.

## PENGESAHAN

Judul : **Evaluasi Strategi Pemasaran PT XYZ**  
Bentuk karya akhir : **Evaluasi Strategi**  
Nama : **Agung Firmanul Hakim**  
NIM : **55109120006**  
Program : **Pascasarjana Program Magister Manajemen**  
Tanggal : **21 Februari 2012**

### Mengesahkan

**Ketua Program Studi  
Magister Manajemen**



**Dr.Rina Astini, SE, ME.**

**Direktur pascasarjana  
Studi magister manajemen**



**Prof.Dr.Didik Rachbini**

**Pembimbing Utama**



**Dr.Rina Astini, SE, ME.**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa semua pernyataan dalam karya akhir ini :

Judul : **Evaluasi Strategi Pemasaran PT XYZ**  
Bentuk karya akhir : **Evaluasi Strategi**  
Nama : **Agung Firmanul Hakim**  
NIM : **55109120006**  
Program : **Pascasarjana Program Magister Manajemen**  
Tanggal : **21 Februari 2012**

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana. Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil, pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Tangerang, 21 Februari 2012

METERAI  
TEMPEL

28ED2AAF941037213

6000



nul Hakim

## **Kata Pengantar**

Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas karunia dan hidayah-NYA sehingga penulis dapat menyusun tesis yang berjudul “Evaluasi Strategi Pemasaran PT XYZ” Penyusunan tesis ini sebagai syarat guna memenuhi salah satu tugas untuk memperoleh gelar sarjana strata 2 Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercubuana. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah membantu proses penyelesaian tesis ini, yaitu kepada :

1. Ibu Dr. Rina Astini, selaku Kepala Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercubuana dan selaku pembimbing utama dalam penyusunan tesis ini.
2. Segenap Bapak dan Ibu dosen, staf pengelola dan seluruh karyawan di Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Mercubuana.
3. Rekan-rekan Angkatan XV kelas B Meruya Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Mercubuana.
4. Bapak Utun Sutrisna, selaku Plant Director PT XYZ.
5. Bapak Teddy S, selaku SBU Head Marketing PT XYZ
6. Bapak Rohman S, selaku Product Development PT XYZ.
7. Teman-teman dan semua karyawan PT XYZ yang telah berkenan menjadi responden dan mendukung sampai selesainya tesis ini.

8. Orang Tua saya sebagai penyemangat dan motivator.
9. Seluruh pihak yang yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penulisan tesis ini

Semoga tesis ini bermanfaat.

Tangerang , 4 Februari 2012

**Agung Firmanul Hakim**



## Daftar Isi

<b>Abstract</b> .....	i
<b>Abstrak</b> .....	ii
<b>Pengesahan</b> .....	iii
<b>Pernyataan</b> .....	iv
<b>Kata Pengantar</b> .....	v
<b>Daftar Isi</b> .....	vii
<b>Daftar Tabel</b> .....	xi
<b>Daftar Gambar</b> .....	xii
<b>Daftar Singkatan</b> .....	xiii
<b>Daftar Lampiran</b> .....	xiv
<b>BAB I : Pendahuluan</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	3
1.3 Perumusan Masalah .....	4
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	5
1.6 Tahapan Waktu Penelitian .....	5
<b>BAB II : DESKRIPSI PERUSAHAAN</b> .....	6
2.1 Sejarah Perusahaan .....	6

2.2 Lingkup Bidang Usaha .....	8
2.3 Tantangan Bisnis .....	10
2.4 Visi, Misi & Struktur Organisasi .....	11
2.5 Sumber Daya Manusia .....	15
2.6 Proses Bisnis Perusahaan .....	16
<b>BAB III : KONSEP STRATEGI .....</b>	<b>18</b>
3.1 Manajemen Strategi .....	18
3.2 Tahapan Dalam Manajemen Strategis .....	19
3.3 Proses Perumusan Strategi .....	21
3.4 Strategi Pemasaran .....	31
3.5 Alat untuk Menganalisis Strategi .....	34
<b>BAB IV : PENDEKATAN PERENCANAAN STRATEGI .....</b>	<b>41</b>
4.1 Pengumpulan Informasi .....	41
4.2 Informasi yang Diperlukan .....	41
4.3 Sumber Informasi .....	41
4.4 Metode Pengumpulan Informasi .....	43
4.5 Pendekatan Perencanaan Strategis .....	44
4.5.1 Proses Identifikasi dan Analisis Stakeholders .....	44
4.5.2 Proses Perumusan Visi dan Misi .....	45
4.5.3 Pendekatan Analisis Eksternal .....	45
4.5.4 Pendekatan Analisis Persaingan .....	45

4.5.5 Pendekatan Analisis Internal .....	46
4.5.6 Proses Evaluasi Strategi .....	46
4.6 Bagan Alur Perencanaan Strategis .....	47
<b>BAB V : ANALISA DATA .....</b>	<b>48</b>
5.1 Proses Identifikasi dan Analisis Perusahaan .....	48
5.2 Analisis Eksternal .....	48
5.3 Analisa Persaingan Industri Resin .....	55
5.4 Peluang dan Ancaman .....	61
5.5 Analisis Internal .....	64
5.5.1 Analisis Awal Kebijakan Strategik Perusahaan .....	64
5.5.1.1 Gambaran Umum Awal Perusahaan .....	64
5.5.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	65
5.5.2 Analisis Fungsi Manajemen Perusahaan .....	66
5.5.2.1 Kondisi Awal Produk ( <i>product</i> ) .....	66
5.5.2.2 Kondisi Awal harga ( <i>price</i> ) .....	67
5.5.2.3 Kondisi Awal Saluran Distribusi ( <i>place</i> ) .....	68
5.5.2.4 Kondisi Awal Promosi ( <i>promotion</i> ) .....	69
5.6 Kekuatan dan Kelemahan .....	70
<b>BAB VI : EVALUASI STRATEGI .....</b>	<b>73</b>
6.1 Kinerja Pelaksanaan Strategi .....	73
6.2 Perencanaan dan Pengendalian Tindakan Korektif .....	81

<b>BAB VII: REKOMENDASI BAGI MANAJEMEN</b> .....	82
7.1 Kesimpulan .....	82
7.2 Saran .....	85
<b>Daftar Pustaka</b> .....	86
<b>Lampiran</b> .....	87

## Daftar Tabel

<b>Tabel 2.1 Jumlah Karyawan PT XYZ</b> .....	15
<b>Tabel 3.1 Marketing Mix</b> .....	32
<b>Tabel 5.1 Identifikasi dan Analisis Perusahaan</b> .....	48
<b>Tabel 5.2 Ringkasan Analisa Industri</b> .....	60
<b>Tabel 5.3 Matrik EFE (Evaluas Faktor Eksternal)</b> .....	63
<b>Tabel 5.4 Matrik IFE (Evaluas Faktor Internal)</b> .....	71
<b>Tabel 6.1 Perbandingan Strategi Pemasaran 2010 dan 2011</b> .....	77
<b>Tabel 6.2 Matrik SWOT</b> .....	78

## Daftar Gambar

<b>Gambar 1.1</b> Penjualan Bulan Januari – Juni 2010 dan 2011 PT XYZ .....	2
<b>Gambar 1.2</b> Tahapan Waktu Penelitian .....	5
<b>Gambar 2.1</b> Struktur Organisasi Perusahaan .....	14
<b>Gambar 2.2</b> <i>Business Mapping</i> .....	17
<b>Gambar 3.1</b> Lingkungan Eksternal Perusahaan .....	24
<b>Gambar 3.2</b> Lima Kekuatan Pesaing Menentukan Kemampulabaan Industri..	26
<b>Gambar 3.3</b> Analisa SWOT .....	39
<b>Gambar 4.1</b> Bagan Alur Perencanaan Strategis .....	47
<b>Gambar 5.1</b> Kerangka Asumsi Makro Jangka Menengah .....	51
<b>Gambar 5.2</b> Diagram Analisis SWOT Yang Menunjukkan Posisi .....	72

## Daftar Singkatan

R&D	: <i>Research And Development</i>
MT	: <i>Metric Ton</i>
MTPA	: <i>Metric Ton Per Annually</i>
PVAC	: <i>Poly Vinyl Alcokol</i>
PPIC	: <i>Production Planing &amp; Inventory Control</i>
ROI	: <i>Return On Investment</i>
EFE	: <i>Eksternal Factor Evaluation</i>
IFE	: <i>Internal Factor Evaluation</i>
KPI	: <i>Key Performance Indicator</i>
HRD	: <i>Human Research Development</i>
PSA	: <i>Pressure Sensitive Adhessive</i>
UPR	: <i>Unsaturated Polyester Resin</i>

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1 Kuesioner</b> .....	<b>87</b>
<b>Lampiran 2 Jawaban Wawancara</b> .....	<b>94</b>