

**ANALISA SWOT SEBAGAI LANDASAN MENENTUKAN
STRATEGI PEMASARAN PADA PERUSAHAAN IMQ
(Indonesia Market Quotes) JAKARTA**

SKRIPSI

Nama : Wulan Sekar Ayu
NIM : 43107010010



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

**ANALISA SWOT SEBAGAI LANDASAN MENENTUKAN
STRATEGI PEMASARAN PADA PERUSAHAAN IMQ
(Indonesia Market Quotes) JAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata 1**

**Nama : Wulan Sekar Ayu
NIM : 43107010010**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2011**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : WULAN SEKAR AYU
NIM : 43107010010
Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 14 Februari 2011

Tanda Tangan

(Wulan Sekar Ayu)

NIM : 43107010010

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Wulan Sekar Ayu

NIM : 43107010010

Program Studi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Analisa SWOT Sebagai Landasan Menentukan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan IMQ (Indonesia Market Quotes) Jakarta

Tanggal Lulus Ujian : 16 Juni 2011

Disahkan Oleh :
Pembimbing Skripsi

(Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM)

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen – S1

(Dr. Enny Ariyanto, M. Si)

(H. Arif Bowo Prayoga , SE, MM)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Analisa SWOT Sebagai Landasan Menentukan Strategi Pemasaran Pada
Perusahaan IMQ (Indonesia Market Quotes) Jakarta

Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

Wulan Sekar Ayu

43107010010

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji / Pembimbing Skripsi

(Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM)

Anggota Dewan Penguji

(Natalia Santoso SE. MA)

Anggota Dewan Penguji

(Dra. Yuli Harwani R, M.M)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT. Atas rahmat dan hidayah – Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “ Analisa SWOT Sebagai Landasan Menentukan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan IMQ (Indonesia Market Quotes) Jakarta”. Tujuan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi & Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Mercu Buana.

Penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, nasihat dan dorongan dari berbagai pihak selama perkuliahan hingga penulisan skripsi ini. Penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku dosen pembimbing sekaligus Rektor Universitas Mercu Buana yang tiada hentinya memacu semangat penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. *Thanks for your advice.*
2. H. Arif Bowo Prayoga , SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Mercu Buana, terima kasih untuk setiap bantuan dan kemudahan yang telah diberikan kepada penulis selama meniti perkuliahan.
3. Dra. Yuli Harwani R, M.M selaku anggota dewan penguji I dalam penulisan ini, terima kasih untuk setiap ilmu dan saran yang diberikan kepada penulis guna menyempurnakan tugas akhir ini.
4. Natalia Santoso, SE. MA selaku anggota dewan penguji II dalam penulisan ini, terima kasih atas setiap ilmu dan saran yang diberikan kepada penulis.
5. Dr. Enny Ariyanto, M. Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Jakarta.

6. Kedua Orang tua saya yang saya cintai atas doa, perhatian, dan motivasinya.
Saya mendedikasikan skripsi ini untuk ayah saya yang telah memotivasi dan menginspirasi saya untuk menjadi orang yang lebih baik dari hari ke hari.
7. Adik-adik dan kakak ku, terima kasih sudah memberi warna dalam hidup ini.
8. Wahyu Kurniawan, terima kasih atas kasih sayang dan cinta yang tiada henti diberikan dan bantuannya selama penyusunan skripsi ini. *I love you so much !*
9. Luna Haningsih, SE, ME, selaku Pembimbing Akademik sekaligus Wakil Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Mercu Buana terima kasih atas bimbingannya selama ini.
10. Ibu Dhita Febrianty, selaku Manajer Pemasaran dan penjualan IMQ yang telah memberikan kesempatan seluas – luasnya bagi penulis untuk melakukan riset di tempat tersebut.
11. Bapak Heins Sumampouw, selaku Asisten Manajer Pemasaran IMQ atas setiap masukan, kesempatan wawancara, saran dan diskusinya selama ini bagi penulis.
12. Ibu Hesty Hardining, S. Ikom, selaku bagian Komunikasi Pemasaran IMQ atas segala penjelasan dan kesabarannya dalam membantu proses penulisan ini.
13. Semua Staf di IMQ Ibu Yuli, Ibu Nita dan staf – staf yang lainnya terima kasih banyak atas bantuannya selama penulis melakukan riset di tempat tersebut.
14. Teman – teman terbaikku, Riri, Irma, Ida, Anis, dan Luly atas *sharing* dan bantuannya selama menjalani kuliah dan semua teman-teman seperjuangan di

FE 2007 yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih untuk segala waktu, kesabaran, ilmu, cerita, canda, diskusi dan cinta bagi penulis. *I will never forget you buddy !*

15. Teman – teman diluar kampus, terima kasih untuk semua rasa yang selalu kita bagi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak yang dapat membangun untuk menjadikan skripsi ini lebih baik lagi.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu melimpahkan Rahmat dan Hidayahnya bagi kita semua dan skripsi ini dapat memberi manfaat bagi Fakultas Ekonomi & Bisnis khususnya Program Studi Manajemen.

Jakarta, Juni 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul	i
Halaman Judul	ii
Halaman Pernyataan Karya Sendiri	iii
Halaman Pengesahan Pembimbing Skripsi	iv
Halaman Pengesahan Dewan Penguji	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Abstraksi	xiii
Bab I Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	5
Bab II Landasan Teori	
2.1 Analisa SWOT	8
2.2 Pengertian Pemasaran	13
2.2.1 Konsep Pemasaran	14
2.2.2 Apa Yang Dipasarkan	15
2.2.3 Kepada Siapa Dipasarkan	17
2.3 Strategi Pemasaran	18
2.3.1 Segmentasi	18

2.3.2 Positioning	19
2.3.3 Targeting	20
2.4 Bauran Pemasaran	20
2.5 Pengertian Pemasaran Jasa	21
Bab III Metodologi Penelitian	
3.1 Sejarah Perusahaan	22
3.1.1 Visi dan Misi Perusahaan	23
3.1.2 Struktur Manajemen Perusahaan	23
3.1.3 Garis Bisnis IMQ	24
3.1.4 Jaringan Kerja	24
3.1.5 Produk dan Pelayanan	25
3.2 Pelanggan dan Mitra Strategi	28
3.3 Struktur Organisasi	31
3.3.1 Rincian Tugas Struktur Organisasi IMQ	32
3.4 Jenis Penelitian	37
3.5 Lokasi Penelitian	39
3.6 Metode Penelitian	39
3.7 Metode Pengumpulan Data	39
3.7.1 Data Primer	39
3.7.2 Data Sekunder	40
3.8 Informan Kunci	41
3.9 Teknik Analisis Data	41
3.9.1 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE).....	42

3.9.2 Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE)	43
--	----

Bab IV Analisis dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian	45
4.1.1 Strategi Pemasaran IMQ (Indonesia Market Quotes)	45
4.2 Analisa SWOT IMQ	48
4.2.1 Langkah – langkah Strategi Pemasaran	48
4.2.2 Pembahasan	93

Bab V Simpulan dan Saran

5.1 Simpulan	105
5.2 Saran	107

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Struktur Organisasi IMQ	31
Tabel 4.2 Matriks EFE	94
Tabel 4.3 Matriks IFE	95