

## **TUGAS AKHIR**

# **PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN UNTUK MENGHADAPI PERSAINGAN PASAR (Studi Kasus Pada PT. ABC untuk Produk Kiosk)**

**Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat  
Dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1)**



**Disusun Oleh :**

**Nama : Tri Ruwanto**

**NIM : 41608110066**

**Jurusan : Teknik Industri**

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2010**



**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA  
PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN UNTUK  
MENGHADAPI PERSAINGAN PASAR  
(Studi Kasus Pada PT. ABC untuk Produk Kiosk)**



**Disusun Oleh :**

**Nama : Tri Ruwanto**  
**NIM : 41608110066**  
**Jurusan : Teknik Industri**

**Mengetahui**

**Pembimbing**

**Koordinator TA / Kaprodi**

**( Ir. Herry Agung Prabowo, Msc )**

**( Ir. Muhammad Kholil, MT )**

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmatNya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana di Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Mercubuana.

Dalam penyusunan Skripsi ini, tentunya tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Herry Agung Prabowo, MSc. selaku Dosen Pembimbing Skripsi ini yang telah memberikan bimbingan, arahan dan petunjuk dalam penyelesaian Skripsi ini
2. Bapak Ir. Torik Husein MT. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Mercubuana.
3. Bapak Ir. Muhammad Kholil, MT. Ka. Prodi Teknik Industri Universitas Mercubuana.
4. Seluruh Dosen, dan jajaran staf yang telah mendukung selama proses Studi
5. Orang Tua, Adikku, yang selalu memberikan semangat, do'a dan dorongan besar bagiku serta memberikan hal yang terbaik bagiku.
6. Teman-teman Teknik Industri semua, yang memberikan banyak informasi, semangat dan doa untukku.

Penulis sangat menyadari bahwa penyusunan laporan ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun guna perbaikan isi dan materi

Jakarta, Mei 2010

Penulis,

Tri Ruwanto

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAKS.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	2
1.3. Batasan Masalah .....	3
1.4. Tujuan Penelitian .....	4
1.5. Metode Penelitian .....	4
1.6. Sistematika Penulisan .....	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Strategi Perusahaan.....	6
2.1.1. Konsep Strategi .....	7
2.1.2. Tipe-tipe strategi.....	11
2.1.3. Perencanaan Strategi .....	13
2.1.4. Karakteristik Perencanaan Strategi .....	15
2.1.5. Pentingnya Perencanaan Strategi.....	16
2.1.6. Keterbatasan Strategi.....	17
2.2. Lingkungan Internal dan Eksternal.....	17
2.3. Lingkungan Industri.....	18
2.3.1. Ancaman Pendetang Baru .....	19
2.3.2. Tekanan Produk Pengganti.....	20
2.3.3. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok.....	21
2.3.4. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli .....	21
2.3.5. Tingkat Rivalitas .....	22

2.4.	Persaingan Dalam Industri Tingkat Dunia.....	23
2.4.1.	Sumber Keuntungan Bersaing Tingkat Dunia.....	25
2.4.2.	Rintangan Persaingan Tingkat Dunia.....	27
2.5.	Identifikasi Para Pesaing Perusahaan.....	28
2.5.1.	Konsep Persaingan Pasar.....	29
2.6.	Model Evaluasi Portofolio.....	29
2.6.1.	Pendekatan Boston Consulting Group (BCG).....	31
2.6.2.	Matrik Daya Tarik Industri.....	35
2.7.	Analisa SWOT.....	36
2.7.1.	Cara Membuat Matrik SWOT.....	39
2.7.2.	Tahap Pengambilan Keputusan.....	40
2.7.3.	Matrik Faktor Stratrgi Eksternal.....	41
2.7.4.	Matrik Faktor Stratrgi Internal.....	42

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1.	Obyek Penelitian.....	44
3.2.	Pengumpulan Data.....	44
2.3.1.	Data Yang Diperlukan.....	41
2.3.2.	Metode Pengumpulan Data.....	45
3.3.	Diagram Alir Penelitian.....	46
3.4.	Langkah Pemecahan Masalah.....	48

### BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1.	Pengumpulan Data I.....	41
4.1.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	41
4.1.2.	Data Produksi.....	58
4.1.3.	Data Penjualan.....	60
4.1.4.	Faktor Lingkungan Internal.....	62
4.1.5.	Faktor Lingkungan Eksternal.....	66
4.2.	Pengolahan Data.....	72
4.2.1.	Matrik Boston Consulting Group (BCG).....	72
4.2.2.	Matrik Daya Tarik Industri.....	73
4.2.3.	Analisa SWOT.....	80

BAB V ANALISA DAN HASIL

5.1.	Analisis Matrik Boston Consulting Group (BCG).....	83
5.2.	Analisis Matrik Daya Tarik Industri.....	85
5.2.1.	Identifikasi Faktor Daya Tarik Dan Kekuatan Bisnis.....	85
5.2.2.	Posisi Bisnis Perusahaan.....	86
5.2.3.	Strategi Pemasaran Berdasark Matri Daya Tarik Industri.	87
5.3.	Analisis Matrik SWOT .....	90
5.4.	Usulan Strategi Perusahaan .....	96

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1.	Kesimpulan .....	97
6.2.	Saran .....	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Data jam Kerja Karyawan.....	65
Tabel 4.2. Variabel Eksternal PT. ABC.....	73
Tabel 4.3. Bobot Faktor Daya Tarik Industri.....	75
Tabel 4.4. Rating Faktor Daya Tarik Industri.....	76
Tabel 4.5. Nilai Tertimbang Faktor Daya Tarik Industri.....	76
Tabel 4.6. Variabel Internal PT. ABC.....	77
Tabel 4.7. Bobot Faktor Kekuatan Bisnis.....	78
Tabel 4.8. Rating Faktor Kekuatan Bisnis.....	79
Tabel 4.9 Nilai Tertimbang Faktor Kekuatan Bisnis.....	79
Tabel 4.10 Nilai Tertimbang Faktor Strategi Internal (IFAS).....	81
Tabel 4.11 Nilai Tertimbang Faktor Strategi Eksternal (IFAS).....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kekuatan-Kekuatan yang Mempengaruhi Persaingan Industri.....	19
Gambar 2.2. Matrik Boston Consulting Group (BCG).....	31
Gambar 2.3. Analisis SWOT.....	39
Gambar 3.1. Diagram Alir Penelitian.....	47
Gambar 4.1. <i>Block Diagram</i> Proses Bisnis Departemen Produksi ( <i>Engeneering</i> ).....	59
Gambar 4.2. <i>Block Diagram</i> Proses Bisnis Departemen Produksi ( <i>Shop floor</i> ).....	60
Gambar 5.1. Posisi Perusahaan Dalam BCG Matrik .....	84
Gambar 5.2. Posisi Bisnis Perusahaan .....	87
Gambar 5.3. Berbagai Pilihan Strategi .....	88
Gambar 5.4. Matrik SWOT PT. ABC .....	94
Gambar 5.5. Hasil Skala Penilaian SWOT .....	95