

**ANALISIS PERENCANAAN STRATEGIS
PEMASARAN BUKU MELALUI PERDAGANGAN
KONVENSIONAL DAN ONLINE**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen S1

NAMA : IRVAN FAUZI

NIM : 03101-120



MERCU BUANA

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2006**

**ANALISIS PERENCANAAN STRATEGIS
PEMASARAN BUKU MELALUI PERDAGANGAN
KONVENSIONAL DAN ONLINE**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen S1**

NAMA : IRVAN FAUZI

NIM : 03101-120



MERCU BUANA

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2005**

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : IRVAN FAUZI
NIM : 03101-120
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Analisis Perencanaan Strategis
Pemasaran Buku Melalui Perdagangan
Konvensional Dan Online

Disahkan Oleh:
Pembimbing



(Ibu Rina Astini, SE, MM)

Tanggal: 20/05/2006

MERCU BUANA

Dekan

**Ketua
Jurusan Manajemen**



(Drs. Hadri Mulya, Msi)

Tanggal:/...../.....



(Tafiprios, SE, MM)

Tanggal: 20/5/06

ABSTRAKSI

IRVAN FAUZI. 03101120. ANALISIS PERENCANAAN STRATEGIS PEMASARAN BUKU MELALUI PERDAGANGAN KONVENSIONAL DAN ONLINE. Skripsi. Jakarta: UNIVERSITAS MERCU BUANA EKONOMI MANAJEMEN Jakarta, April 2006.

Teknologi internet merupakan teknologi yang termasuk baru di Indonesia. Dengan internet, manusia dapat menemukan berbagai informasi yang berguna dari seluruh dunia tanpa dibatasi waktu dan jarak. Salah satu kegunaannya adalah dapat melakukan transaksi perdagangan secara online, atau disebut juga dengan Perdagangan online.

Persaingan yang semakin luas dalam dunia usaha, perusahaan harus meningkatkan metode penjualannya, dengan menggunakan metode yang efisien, maka perusahaan akan tetap dapat melangsungkan kegiatannya. Salah satu metode yang harus dijalankan adalah dengan mengeluarkan biaya yang sekecil-kecilnya dan mendapatkan laba yang sebesar-besarnya. Untuk mewujudkan impian tersebut, teknologi internet merupakan salah satu jawabannya.

Perdagangan online merupakan strategi bisnis baru yang perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan. Perdagangan online dapat memberikan keuntungan baik dari segi biaya ataupun dari segi waktu. Oleh karena itu perlu dipertimbangkan oleh perusahaan untuk menerapkan usaha perdagangan online dimasa datang, mengingat persaingan bisnis yang semakin mengglobal.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : **“ANALISIS PERENCANAAN STRATEGIS PEMASARAN BUKU MELALUI PERDAGANGAN KONVENSIONAL DAN ONLINE”**.

Penulisan skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Mercu Buana Jakarta.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini :

1. Dengan Ikhlas dan rasa terimakasih kepada orang tua saya yang telah memberikan dorongan dan bimbingan serta doa kepada saya dalam menyelesaikan Studi S1 di Universitas Mercu Buana
2. Bapak H. Probo Sutedjo selaku ketua Ketua Yayasan Menara Bhakti.
3. Bapak Dr. Suharyadi selaku Rektor Universitas Mercu Buana
4. Bapak Drs. Hadri Mulya Msi. Selaku Dekan Ekonomi Universitas Mercu Buana
5. Bapak Tafiprios SE, MM. Selaku Ketua Jurusan Manajemen S1 Universitas Mercu Buana
6. Ibu Rina Astini, SE, MM. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi
7. Bapak Drs. Wawan Purwanto, SE, MM. Selaku Dosen Pemasaran Strategis
8. Bapak Wawan Fathurochman, SE. Selaku Dosen Kewirausahaan
9. Seluruh Dosen dan Karyawan Universitas Mercu Buana yang penuh dedikasi guna menunjang usaha penyusunan skripsi ini.

10. Ayah dan Ibu serta adik-adik ku, Istikomariah dan keluarga, Indar Perwira, Imam Fajarudin dan kakak ku tercinta Ika Mintariati dan keluarga atas dukungan moril yang diberikan pada saya. Serta Diana dan keluarga yang telah memberikan semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Rekan – rekanku angkatan UMB 2001: Firmansyah, Erwin, Jefri, Neneng, Ivan G. Misri, Mimin Perpus, Jakaria UIN dan semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
12. Bapak Sadarisno selaku Manajer Post Production PT Dynamitra Tarra Jakarta yang telah memberikan waktu untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Rekan-rakan kerja Post Production PT. Dynamitra Tarra Jakarta
14. Team Quality Control Post Production PT. Dynamitra Tarra Jakarta yang selalu memberi dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
15. Rekan-rekan MTC (Motor Tiger Club) yang selalu meluangkan waktu dan hiburan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini..

Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, April 2006

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAKSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Kerangka Pemikiran	6
F. Asumsi Dasar	9
G. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A . Pengertian Pemasaran	11
B . Strategi Pemasaran	13
C. Marketing Mix (Bauran Pemasaran)	16
D. Bauran Promosi	22
a. Pengertian Bauran Promosi	22
b. Alat-Alat Bauran Promosi	22
E. Perencanaan Strategis	27

a. Pengertian	27
b. Model Perencanaan Strategis	28
F. Perdagangan online	30
a. Pengertian Perdagangan online	30
b. Manfaat Perdagangan online	32
c. Faktor-Faktor Pokok Dalam Perumusan Strategis Perdagangan Online	32
BAB III ANALISIS USAHA	55
A. Deskripsi Perusahaan Simulatif	55
a. Sejarah Singkat Perusahaan Simulatif	55
b. Kegiatan Umum Perusahaan	56
c. Struktur Organisasi dan Tugas	58
BAB IV ANALISIS SIMULASI PERENCANAAN STRATEGIS PERDAGANGAN ONLINE	64
A. Simulasi Perencanaan Strategis Perusahaan	64
a. Penentuan Visi dan Misi	64
b. Penentuan Tujuan Jangka Panjang	65
c. Penentuan Tujuan Jangka Menengah	66
d. Pemilihan Tujuan Jangka Pendek	67
e. Kebijakan, Strategi, dan Program Pemasaran	68
e.1. Kebijakan dan Strategi	68
e.2. Program	70
B. Dokumentasi Perencanaan Strategis	79
DAFTAR PUSTAKA	80

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul Gambar	Halaman
1.	Gambar 2.1 : Komponen Perencanaan Strategis	29
2.	Gambar 4.1 : Struktur Organisasi PT Crasi Pratama	62
2.	Gambar 4.1 : Komponen Perencanaan Strategis	78

