



**PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN DAN MARKET SHARE
PT.NUTRICIA INDONESIA SEJAHTERA**

KARYA AKHIR

OLEH

SUHRIZAL LUBIS

55109110100

UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCA SARJANA

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

2011



**PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN DAN MARKET SHARE
PT.NUTRICIA INDONESIA SEJAHTERA**

KARYA AKHIR

**DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT
UNTUK MENYELESAIKAN PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

OLEH

SUHRIZAL LUBIS

55109110100

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

2011

A B S T R A C T

This study conducted a study on the development of marketing strategies on the PT. Nutricia Indonesia Sejahtera , therefore, it is necessary to identify and analyze the marketing strategy which currently implemented on Segmentation, Targeting, Positioning, and also to the marketing mix, Product, Price , Promotion and Place, and then formulates it to develop the marketing strategies forward.

To formulate the development of marketing strategies forward in advance,the analysis of factors internal and external factors has been done. It has been mapped in a SWOT to identify the factors of strengths, weaknesses, opportunities and threats of the company. then those aspects of marketing strategy and data analyzed in terms of theories that support the various marketing literature and data obtain from internal and external of the company.

At the end of the thesis, the author found evidences of marketing strategies which implemented by company and finally provide recommendations to management in formulating the development of marketing strategies to increase sales and market share.

Key words : Marketing strategy,marketing mix,sales and market share

ABSTRAK

Studi ini melakukan kajian tentang pengembangan strategi pemasaran pada PT. Nutricia Indonesia Sejahtera dengan melakukan identifikasi dan analisa terhadap strategi pemasaran yang dilaksanakan saat ini terhadap *Segmentation, Targeting, Positioning* dan juga terhadap bauran pemasaran, *Product, Price, Promotion* dan *Place*, kemudian merumuskannya untuk membantu langkah pengembangan strategi pemasaran ke depan.

Untuk merumuskan pengembangan strategi pemasaran ke depan, dilakukan analisa terhadap faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perusahaan yang selanjutnya dipetakan dalam analisa *SWOT* untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan, kemudian aspek-aspek strategi pemasaran tersebut di kaji dan dianalisa dari sisi teori-teori pemasaran yang mendukung dari berbagai literature dan data dari dalam maupun dari luar perusahaan.

Hasil akhir dari Tesis ini penulis menemukan fakta-fakta dari strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan dan pada akhirnya memberikan rekomendasi kepada manajemen dalam merumuskan pengembangan strategi pemasaran ke depan untuk meningkatkan penjualan dan *market share*.

Kata kunci : Strategi pemasaran, bauran pemasaran, penjualan dan *market share*

PENGESAHAN

Judul : Pengembangan Strategi Pemasaran untuk
Meningkatkan Penjualan dan Market Share
PT.Nutricia Indonesia Sejahtera

Bentuk Karya Akhir : Perencanaan Strategis

Nama : Suhrizal Lubis

NIM : 55109110100

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 1 Agustus 2011

Mengesahkan

Direktur Pasca Sarjana

Ketua Program Studi

Magister Manajemen

Prof.Dr.Didik J.Rachbini

Prof. Dr.Ngadino Surip,M S

Pembimbing

Ir.Har Adi Basri, M Ec,Ph.D

P E R N Y A T A A N

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : **Pengembangan Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan dan Market Share PT.Nutricia Indonesia Sejahtera**

Bentuk Karya Akhir : Perencanaan Strategis

Nama : Suhrizal Lubis

NIM : 55109110100

Program : Pasca Sarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 1 Agustus 2011

Merupakan hasil karya pustaka, penelitian lapangan dan karya 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.

Jakarta, 1 Agustus 2011

Suhrizal Lubis

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT karena atas segala rahmat dan karunia Nya, serta berkat usaha maksimal yang penulis lakukan, pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini, yang berjudul :

**“PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN DAN MARKET SHARE PT.NUTRICIA INDONESIA
SEJAHTERA”**

Karya akhir ini tidak lepas dari berbagai kekurangan, kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaannya sangat kami harapkan yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan menjadi sumber bagi peneliti lebih lanjut.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi tingginya kepada :

1. Bapak Ir. Har Adi Basri, M Ec, Ph.D selaku dosen pembimbing utama pada penyusunan Karya Akhir ini.
2. Bapak Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Pasca Sarjana Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. H. Muhammad Noor Fuad SE, MBA, MM, M .Sc selaku Dosen Penguji Seminar Tesis yang memberikan bimbingan dan masukan yang sangat berarti dalam penyelesaian Karya Akhir ini.
5. Bapak Dr. Husein Umar SE., MM., MBA. selaku Dosen Penguji Sidang Tesis yang memberikan bimbingan dan masukan yang sangat berarti dalam penyelesaian Karya Akhir ini

6. Ibu Dr. Rina Astini SE.,ME. selaku Dosen Penguji Penguji Sidang Tesis yang memberikan bimbingan dan masukan yang sangat berarti dalam penyelesaian Karya Akhir ini
7. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan kuliah selama saya menjadi Mahasiswa Program Pasca Sarjana Magister Manajemen.
8. Seluruh Staff Administrasi Universitas Mercu Buana yang cukup baik membantu dari sisi Administrasi sehingga proses Karya Akhir ini selesai
9. Manajemen dan rekan-rekan PT.Nutricia Indonesia Sejahtera yang telah mendukung pembuatan Karya Akhir ini.
10. Kedua orang tua penulis yang telah mendidik dan membesarkan dengan penuh rasa kasih sayang
11. Istri Tercinta Suherni dan kedua anakku Bella Monica Ovelia Lubis dan Reza Fantana Lubis yang mendukung penuh selama menjalani proses kuliah dan penyusunan Karya Akhir ini.
12. Teman-teman kuliah Magister Manajemen terutama angkatan XIV Manajemen Pemasaran yang saling mendukung selama proses perkuliahan.

Penulis menyadari, bahwa masih banyak terdapat kekurangan di dalam penyusunan Karya Akhir ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik serta saran yang membangun, ada dapat meningkatkan kualitas penulisan di masa yang akan datang.

Akhir kata, mudah-mudahan isi dan kandungan yang ada dalam Karya Akhir ini bisa memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan berguna bagi semua pihak yang memerlukannya. Amin Ya Robbal Alamin.

Jakarta, 1 Agustus 2011

Penulis

Suhrizal Lubis

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI... .. .	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR SINGKATAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah... .. .	1
1.2 Identifikasi Masalah... .. .	6
1.3 Rumusan dan Identifikasi Masalah... .. .	6
1.4 Maksud dan Tujuan Karya Akhir... .. .	6
1.5 Manfaat dan Kegunaan Karya Akhir... .. .	7

BAB II	DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1	Sejarah Perusahaan... ..	8
2.2	VISI dan MISI Perusahaan... ..	11
2.3	Lingkup Bidang Usaha... ..	14
2.4	Sumber Daya Perusahaan... ..	16
2.5	Tantangan Bisnis... ..	18
2.6	Proses Bisnis... ..	19
BAB III	KONSEP STRATEGI	
3.1	Strategi Perusahaan... ..	22
3.2	Strategi Pemasaran... ..	24
3.3	Bauran Strategi Pemasaran... ..	33
3.4	Segmentation, Targeting and Positioning... ..	38
3.5	Analisis Pesaing... ..	45
3.6	Perilaku Konsumen... ..	48
3.7	Analisa SWOT... ..	54
3.8	Strategi Distribusi... ..	57
BAB IV	PENDEKATAN STRATEGI PERENCANAAN	
4.1	Pengumpulan Data dan Informasi... ..	64
4.2	Pendekatan Analisis Internal... ..	66
4.3	Pendekatan Analisis Eksternal... ..	69
4.4	Pendekatan Analisis Persaingan... ..	70
BAB V	ANALISA DATA	
5.1	Proses Identifikasi dan Analisis Stakeholder-----	72
5.2	Analisa Internal dan Eksternal-----	73
5.3	Analisa Persaingan-----	92

BAB VI	RENCANA STRATEGI	
	6.1 Perumusan Strategi Perusahaan-----	98
	6.2 Perumusan Strategi Pemasaran-----	100
BAB VII	REKOMENDASI BAGI MANAJEMEN	
	7.1 Kesimpulan -----	102
	7.2 Saran... ..	104
DAFTAR PUSTAKA		106
LAMPIRAN -----		109
DAFTAR RIWAYAT HIDUP -----		109

DAFTAR TABEL

Tabel 5.1	Analisa SWOT PT.NIS	75
Tabel 5.2	Daftar Kantor Regional	78
Tabel 5.7	Product Range	87
Tabel 5.11	Para Pesaing	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Sejarah PT Nutricia	10
Gambar 2.2	Struktur Organisasi PT.Nutricia Indonesia	21
Gambar 3.1	Five Force's Porter	45
Gambar 3.3	Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	52
Gambar 3.4	Analisa SWOT	56
Gambar 3.5	Analisa SWOT	57
Gambar 3.6	Saluran Distribusi	60
Gambar 4.2	Analisa SWOT	67
Gambar 4.3	Matriks SWOT	68
Gambar 4.4	Lim a Kekuatan yang Menentukan Tingkat Persaingan	71
Gambar 5.3	Strategi Distribusi PT.NIS	80
Gambar 5.4	Modern Trade Channel	81
Gambar 5.5	General Trade Channel	82
Gambar 5.6	Segmentasi	84
Gambar 5.8	Strategi Harga	89
Gambar 5.9	Promosi 360 derajat	90
Gambar 5.10	Media Promosi	91
Gambar 5.12	Keunggulan Bersaing	94

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1	Potensi Pasar Susu Balita di Indonesia	2
Grafik 1.2	Penguasaan Market Share masing-masing Perusahaan	3
Grafik 5.14	Pertumbuhan Penjualan	95
Grafik 5.15	Volume Share to Premium & Superpremium Market	96
Grafik 5.16	Market Value Growth	97