

## ABSTRACT

This research was held at PT Jeevesindo Gemilang as the ownership of Jeeves Clothes Care Services brand. Some problems are, many of costumers don't do repeat transaction or move to another service with the price competitive offers. Another cause that found is limeited area that serves by Jeeves create a low awareness from costumers

The research method that used is FGD ( Focus Group Discussion ), TOWS analysis, which considered to found Threat, Opportunity, Strength and Weakness of Jeeves that comes from internal and external factor. Other staging method that used in this research are external industry factor analysis and operational factor analysis.

TOWS analysis shown that Jeeves have strength and opprtunity to develop and increase growth significant costumers, on the other hand number of potential market that hasn't been touch by Jeeves services.

The conclusion are Jeeves still become a market leader in Laundry and Dry Cleaning Service in Indonesia. Jeeves has to change and innovate some of their service, and also find a proscpective area to open new outlets

The Suggestion from this research are Jeeves need to do some innovations and change such as Market Developmen, Product Development, new target market and service innovations. With these innovations main goals of company will be achieved.

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada PT Jeevesindo Gemilang sebagai pemilik dari merk Jeeves Clothes Care Services. Beberapa permasalahan yang ditemui adalah banyaknya konsumen yang tidak melakukan transaksi ulang atau pindah ke merek laundry lain dengan harga yang sangat bersaing. Selain itu terbatasnya area yang dilayani oleh Jeeves membuat banyak orang yang tidak mengetahui mengenai Jeeves.

Metode riset yang digunakan adalah FGD (*Focus Group Discussion*), analisa TOWS (Ancaman, Peluang, Kelemahan dan Kekuatan) dimana tujuannya adalah menemukan ancaman, peluang, kekuatan dan kelemahan yang datang dari internal maupun eksternal. Selain itu metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa eksternal, analisa operasional dan analisa industry.

Berdasarkan analisa TOWS terlihat bahwa Jeeves memiliki Kekuatan dan Peluang untuk berkembang dan menaikkan jumlah konsumen secara signifikan. Dan pada sisi lain Jeeves masih memiliki target market yang potensial yang selama ini belum dilayani.

Kesimpulan dari penelitian ini ialah, Jeeves masih menjadi pemimpin pasar dalam industri Laundry dan Dry Cleaning service di Indonesia. Dan untuk mempertahankan hal ini Jeeves harus melakukan perubahan dan inovasi pada beberapa service yang dilakukan. Jeeves juga harus melakukan ekspansi ke beberapa area yang prospek untuk pembukaan outlet baru.

Saran yang dapat dilakukan oleh management Jeeves untuk melakukan perubahan ini adalah pengembangan target market baru, pengembangan produk baru, mencari target market potensial yang baru, serta penambahan pada service

## PENGESAHAN

**Judul : Pengembangan Strategi PT Jeevesindo Gemilang  
pada Bisnis Laundry & Dry Cleaning Service**

Bentuk Karya akhir : Perencanaan Strategi

Nama ; Simon Leandro Siahaan

NIM : 55108110072

Program : MAGISTER MANAJEMEN

Tanggal : 16 Agustus 2010

Mengesahkan

**Direktur Pascasarjana  
Magister Manajemen**

**Ketua Program Studi  
Magister Manajemen**

U N I V E R S I T A S

**Ir.Dana Santoso,M.Eng.Sc, ph.D**

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

MERCU BUANA

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

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

**Ir. Satya Wibowo. SE. MBA**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam karya akhir ini

Judul : **Pengembangan Strategi PT Jeevesindo Gemilang  
pada Bisnis Laundry & Dry Cleaning Services**

Bentuk Karya akhir : Perencanaan Strategi

Nama : Simon Leandro Siahaan

NIM : 55108110072

Program : MAGISTER MANAJEMEN

Tanggal : 16 Agustus 2010

Merupakan hasil studi pustaka, penellitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercubuana.

Karya Ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Agustus 2010

Simon Leandro Siahaan

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas anugrah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir ini, dan melalui karya akhir ini juga, penulis menyelesaikan Program Studi Magister Manajemen, Pasca Sarjana Universitas Mercubuana.

Melalui karya akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran Jeeves Clothes Care Services” diharapkan dapat memberikan gambaran dan masukan terhadap strategi pemasaran yang digunakan oleh manajemen perusahaan yang dimaksud.

Melalui karya akhir ini juga saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian yang menghasilkan karya akhir ini. Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada :

- 1) Bapak Dr.Ir.Har Adi Basri,Ph.D. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercubuana dan sekaligus menjadi pembimbing penulis dalam menyelesaikan karya akhir ini
- 2) Bapak Ir. Satya Wibowo.SE.MBA selaku Pembimbing ke II untuk dorongan dan *support* yang diberikan pada penulis
- 3) Bp. Marcus Taslim, Ibu Vitalia Widjaja & Bp Rio Hartanto untuk dukungan dan kesempatan yang diberikan kepada penulis untuk bekerja dan mendapatkan pengalaman di FILOLI DailyLaundry++
- 4) Kedua orang tua, Bp. M.Siahaan dan Ibu R. Sirait “terima kasih untuk Doa, kasih sayang, dorongan, dan semua yang terbaik yang sudah

diberikan. Penulis tidak akan menjadi seperti sekarang tanpa kalian berdua

- 5) Abang Fery Siahaan, terima kasih untuk dukungan, masukan dan semangat yang diberikan. Both of us will Rock the world.
- 6) Anita Remesty, dibalik kesuksesan seorang pria pasti ada wanita yang hebat dibelakangnya, dan itu kamu ney, terima kasih untuk doa, semangat, sayang dan semuanya.
- 7) The Strikers “Bp. Deddy Kurnia & Bp. Rio Siswanto, Gilbert” terima kasih untuk dukungan dan masukannya, saya banyak “belajar” dari bapak-bapak semua
- 8) Teman-teman Kilau Saturday 12, suatu kesempatan yang berharga dan tidak ternilai bisa berkenalan dan belajar bersama dengan teman-teman semua. Semoga persahabatan kita terjalin dalam waktu yang tak terhingga.
- 9) Segenap dosen, staff administrasi dan karyawan Program Pasca Sarjana Universitas Mercubuana yang telah memberikan dukungan baik moril dan spirituil.

Penulis menyadari bahwa dalam karya akhir ini masih banyak hal-hal yang harus diperbaiki dan disempurnakan, maka dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan segala saran dan kritik yang membangun kepada penulis agar karya akhir ini menjadi sebuah karya yang terbaik dan diterima semua pihak.

Jakarta Agustus 2010

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRACT .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
Latar Belakang .....	1
Identifikasi Masalah .....	4
Perumusan Masalah .....	4
Maksud dan Tujuan .....	5
Manfaat dan Kegunaan .....	5
Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN</b>	
Profil Perusahaan .....	8
Lingkup Bidang Usaha .....	9
Profil Bisnis .....	11
Falsafah, Visi dan Misi Perusahaan .....	18
Tantangan Bisnis .....	21
<b>BAB III. KONSEP STRATEGI</b>	
Konsep Strategi.....	24
Pemasaran .....	25

Strategi Pemasaran .....	26
Konsep Pemasaran .....	28
Manajemen Strategi. ....	32
Proses Manajemen Strategi .....	34
Strategi pemimpin pasar .....	36
Lingkungan jauh.....	46
▪ Lingkungan industri .....	48
▪ Lingkungan operasi perusahaan .....	50
Analisa TOWS... .....	51
Penelitian terdahulu .....	56
Jurnal Internasional .....	57
Kerangka Pemikiran .....	58

#### **BAB IV. PENDEKATAN PERENCANAAN STRATEGIS**

Pengumpulan informasi .....	59
Informasi yang diperlukan .....	60
Metode Pengumpulan Informasi .....	61
Pendekatan Perencanaan Strategis .....	61
Bagan Alur Perencanaan Strategis. ....	64

#### **BAB V. ANALISA DATA**

5.1 Analisa Lingkungan Eksternal .....	66
5.2 Analisa Lingkungan Internal .....	74
5.3 Analisa TOWS .....	78
5.4 Strategi Pemasaran JEEVES .....	85

#### **BAB VI. RENCANA STRATEGI**

6.1 Strategi Utama dan Jangka Panjang.....	89
6.2 Grand Strategy Cluster .....	89
6.3 Grand Strategy Selection Matrix .....	91
6.4 Strategi Fungsional dan Sasaran Jangka Pendek .....	96



**BAB VII. REKOMENDASI BAGI MANAJEMEN**

7.1	Kesimpulan .....	99
7.2	Saran .....	100

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	102
-----------------------------	-----

<b>LAMPIRAN</b> .....	104
-----------------------	-----

<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	105
----------------------------	-----



U N I V E R S I T A S  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Lokasi outlet-outlet Jeeves .....	14
Tabel 2.5	Perbandingan Harga Competitor .....	23
Tabel 5.3	Analisa Lingkungan Eksternal Perusahaan .....	79
Tabel 5.4	Analisa Lingkungan Industri dan Operasional Perusahaan ..	80
Tabel 5.5	Analisa Internal Perusahaan (Kekuatan dan Kelemahan) ...	81
Tabel 5.6	Analisa Internal Pemanfaatan dan Rekayasa Teknologi ....	82
Tabel 5.7	Analisa Kebijaksanaan Pemasaran Perusahaan .....	82
Tabel 5.8	Analisa Kondisi Keuangan Perusahaan .....	83
Tabel 5.9	Hasil Analisis TOWS .....	84
Tabel 6.0	Analisis TOWS Jeeves .....	84



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA