

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Wynd Rizaldy
NIM : 4310411-254
Program Studi : FE- Manajemen
Judul Skripsi : Aplikasi Strategi Pemasaran Menghadapi
Pesaing Menggunakan Analisa *TOWS* di PT
JAS Tbk
Tanggal Ujian Skripsi : 06 September 2007

Disahkan Oleh :

Pembimbing

(Drs. Wawan Purwanto, SE, MM)

Tanggal :

Dekan,

Ketua Jurusan Manajemen

(Drs. Hadri Mulya, M.Si)

(Tafiprios, SE, MM)

Tanggal :

Tanggal :

KATA PENGANTAR

Dengan nama Allah yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang serta tidak lupa memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan studi S1 dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Mercubuana, Jakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi dengan judul "***APPLIKASI STRATEGI PEMASARAN MENGHADAPI PESAING MENGGUNAKAN ANALISA TOWS DI PT JAS TBK***" masih jauh dari sempurna. Oleh Karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini tidak sedikit bantuan yang telah penulis peroleh dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih terutama kepada ;

1. Keluarga tercinta Ayahanda, Ibunda dan Istri serta Anakku tersayang yang selalu memberikan dorongan semangat dan motivasi kepada penulis.
2. Ir. Yenon Orsa , MT selaku Direktur Perkuliahan Kelas Karyawan Universitas Mercubuana.
3. Tafiprios SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Mercubuana.

4. Drs Wawan Purwanto, SE, MM selaku Dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
5. Semua dosen Jurusan Manajemen FE UMB.
6. Pimpinan, karyawan dan staff PT JAS Tbk yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bantuan dan keterangan-keterangan serta data-data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini.
7. Rekan-rekan dan pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut menyumbangkan pemikirannya dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini berguna bagi pembaca baik dari kalangan akademis dan bisnis maupun penulis khususnya..

Jakarta, 1 Juli 2007

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian	5

BAB II	LANDASAN TEORITIS	
A.	Strategi dan Pemasaran	7
	1. Pengertian dan Konsep Pemasaran	7
	2. Pengertian, Manajemen dan Konsep Strategi.....	11
B.	Analisis SWOT dan TOWS	17
	1. Peranan Analisis <i>SWOT</i> dan <i>TOWS</i> sebagai alat formulasi strategi untuk menentukan langkah-langkah kegiatan organisasi	17
	2. Efektifitas Pendayagunaan Analisis <i>SWOT</i> Dalam Organisasi	19
	3. Tahap analisis SWOT dan TOWS	20
	4. <i>IFAS</i> , <i>EFAS</i> dan <i>SFAS</i> Dalam Strategi Pemasaran	32
C.	<i>Market-ing Model</i>	32
	1. Konsep <i>STV</i> (<i>Strategy, Tactic and Value</i>)	32
	2. Strategi Memperkuat, dan Menyeimbangkan score atau Nilai yang Ada Pada Value	34
	3. Menyatukan Seluruh Model dari Outlook (4C) , Architecture (<i>STV</i>) dan Score (<i>PCS</i>) serta Mengfokuskan 9 Arsitektur Bisnis Strategis untuk Menghadapi krisis	38
D.	Kerangka Pemikiran	41
	1. Aplikasi Strategi Pemasaran secara Berkelanjutan Menghadapi Pesaing Menggunakan analisa TOWS di Perusahaan	41
	2. Penjelasan Gambar kerangka pemikiran	44

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
A.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	48
B.	Metode Penelitian	59
C.	Variabel dan Pengukurannya	62
D.	Definisi Operasional Variabel	63
E.	Metode Pengumpulan Data	77
F.	Metode Analisis Data	80
BAB IV	ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN	
A.	Identifikasi Faktor-faktor Internal Dan Eksternal Pada PT JAS Tbk	82
B.	Analisis Strategi dan Pembahasannya.....	86
	1. Matriks Internal & Eksternal dan Matriks Prioritas	87
	2. Matriks <i>Grand Strategy</i>	90
	3. Matriks <i>Analisis Space</i>	92
	4. Matriks Strategi Umum.....	93
	5. Matriks <i>BCG</i> , Siklus Hidup Produk dan <i>Discipline of Market</i> Leader	96
	6. Matriks <i>Ansoff</i>	100
	7. Matriks <i>TOWS</i>	103
C.	Hasil Analisis Secara Keseluruhannya	112
D.	Hirarki Tingkat Strategi PT JAS Tbk	114

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
A.	Kesimpulan	115
B.	Saran	118
DAFTAR PUSTAKA		120
LAMPIRAN		123

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.A.2.	Tabel Keunggulan dan Kelemahan Organisasi Fungsional . 51
Tabel 3.A.3.e.	Tabel <i>Area Competition for 3 Big warehouse operators</i> (lini 1)..... 58
Tabel 3.D.2.a.1)	Tabel Y(1) Matriks Internal-Eksternal 67
Tabel 3.D.2.a.2)	Tabel Y(2) Matriks <i>Grand strategy</i> 68
Tabel 3.D.2.a.3)	Tabel Y(3) Matriks <i>Space analisis</i> 69
Tabel 3.D.2.a.4)	Tabel Y(4) Matriks Strategi Umum 69
Tabel 3. D.2.b	Tabel Y(5) Matriks <i>BCG</i> dan siklus hidup produk..... 70
Tabel 3. D.2.c.1)	Tabel Y (6) Matriks <i>Ansoff</i> 71
Tabel 3. D.2.c.2)	Tabel Y(7) Matriks <i>TOWS</i> 72
Tabel 3.D.3.	Tabel 4C diamond, segitiga STV dan Lingkaran PCS..... 75
Tabel 4. A.1	Tabel <i>EFE</i> 85
Tabel 4. A.2	Tabel <i>IFE</i> 86
Tabel 4. B.5.c	Tabel Karakteristik & Tujuan pemasaran dalam <i>PLC</i> ... 99
Tabel 4. B.5.d.	Tabel Strategi Pemasaran untuk berbagai tahapan <i>PLC</i> ... 99
Tabel 4.B.7.a.	Tabel <i>TOWS</i> 107
Tabel 4. B.7.b	Tabel <i>SFAS</i> 108
Tabel 4. C .	Hasil Analisis Kuesioner secara Keseluruhan..... 112
Tabel 5.A.	Hasil Analisis 7 Matriks untuk Y(1)-(7) 118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.A.1.a	Sistem Pemasaran Sederhana.....	9
Gambar 2.A.1.b	Konsep Pemasaran	10
Gambar 2.A.1.c	Konsep Strategi Untuk Mencapai Posisi Masa Datang...	13
Gambar 2.A.1.d	Proses Strategi dan Hirarki Strategi	15
Gambar 2.A.1.e	Matriks Strategi dan Implementasinya	16
Gambar 2.B.1.	Proses Pengambilan Keputusan Pada Analisis <i>SWOT</i>	18
Gambar 2.B.2.	Efektifitas Pendayagunaan Analisis <i>SWOT</i> Dalam Organisasi ...	20
Gambar 2. B.3.a	Konsep Analisis <i>SWOT</i>	21
Gambar 2. B.3.b.	Perbandingan Pendekatan Analisis Lingkungan	23
Gambar 2. B.3.c.	Sub Model <i>4C Diamond</i>	25
Gambar 2. B.3.d	Berbagai Kekuatan Perubahan di Asia ..	26
Gambar 2. B.3.e	<i>SWOT</i> atau <i>TOWS Matrix Model</i>	27
Gambar 2. B.3.f	Internal – External Matrix Model.....	28
Gambar 2. B.3.g	Model Matriks Grand Strategy	30
Gambar 2.B.3.h.	Model Matriks Analisis Space	31
Gambar 2..C.1.	STV Triangle	34
Gambar 2.C.2.a	Applikasi Formula Lima nilai Generik	36
Gambar 2.C.2.b	<i>Customer Value, Employee Value dan Share holder Value , How to satisfy the 3 stake holder & keep other stake holder as well as control & monitor Value lever and risk</i>	37
Gambar 2.C.3.b	Segitiga bisnis Strategi Generik Menghadapi Krisis Asia	40

Gambar 2. D.1	Kerangka Pemikiran	42
Gambar 2.D.2.	Kerangka Pemikiran Penyatu antara penelitian dan strategi pemasaran dalam persaingan pada kondisi Krisis di Asia.....	43
Gambar 2.D.3.a	Pemikiran Dasar.....	44
Gambar 2.D.3.b	Pemikiran Pendukung	45
Gambar 3.A.2.	Struktur Organisasi PT JAS CGK	49
Gambar 3.A.3.a.	Bisnis Proses	52
Gambar 3.A.3.b.	Map Lingkungan bisnis warehouse operator di Soekarno - Hatta	55
Gambar 3.A.3.c	Struktur & Pangsa Pasar pada PT JAS dan kompetitornya Tahun 2000 – 2007	56
Gambar 3.B .	Metode Penelitian Bisnis	61
Gambar 3.D.1.a.	<i>Construct Variabel X1</i>	64
Gambar 3.D.1.b.	<i>Construct Variabel X2</i>	65
Gambar 3.D.2.	<i>Construct Variabel Y</i>	66
Gambar 3. D.3.	<i>Construct Variabel Moderating</i>	74
Gambar 3.F.	Aneka Matriks sebagai Methode Analisis	81
Gambar 4.A.	<i>Likert Scale</i> Kuesioner Analisa <i>TOWS</i>	84
Gambar 4. B.1.a	Matriks Internal –Eksternal PT JAS.....	87
<i>Gambar 4. B.1.b</i>	Matriks Prioritas PT JAS.....	88
Gambar 4.B.2.	Matriks <i>Grand Strategy</i> ...PT JAS.....	90
Gambar 4.B.3.	Matriks Space analisis PT JAS.....	92
Gambar 4.B.4	Matriks Strategi Umum PT JAS	93
Gambar 4. B.5.a	Matriks BCG PT JAS	97

Gambar 4. B.5 .b	4 tahapan PLC PT JAS	97
Gambar 4. B.6.a	Matriks Ansoff PT JAS	100
Gambar 4. B.6.b	Kurva Harga dan Biaya Kebijakan Penetrasi Pasar.....	101
Gambar 4. B.6.c.	Psikografis berdasarkan proses adopsi Pelanggan	102
Gambar 4. B.7.	Matriks TOWS PT JAS..... ,	104
Gambar 4. D.	Hirarki strategi PT JAS	114

DAFTAR LAMPIRAN

Lamp 1. Blue Print Hasil perhitungan Keseluruhan dan matriks	124.
Lamp 2. Perhitungan struktur Pasar tahun 2000 -2007	125
Lamp 3. Kerangka Laporan Penelitian	133
Lamp 4. Laporan Keuangan PT JAS 2005-2006	134