

TUGAS AKHIR

FORMULASI STRATEGI PEMASARAN MARCKS' VENUS DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN PRODUK KOSMETIK DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT, IE DAN QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)

Diajukan guna melengkapi sebagian syarat
Dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1)



Disusun Oleh :

Nama : Dwi Anggrayana Nurzanah
NIM : 41611110042
Program Studi : Teknik Industri

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2015**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

N a m a : Dwi Anggrayana Nurzanah
NIM : 41611110042
Jurusan : Teknik Industri
Fakultas : Teknologi Industri
Judul Skripsi : FORMULASI STRATEGI PEMASARAN
MARCKS' VENUS DALAM MENGHADAPI
PERSAINGAN PRODUK KOSMETIK
DENGAN MENGGUNAKAN METODE
SWOT, IE DAN QUANTITATIVE
STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Mercu Buana.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Penulis,



(Dwi Anggrayana N)

LEMBAR PENGESAHAN

FORMULASI STRATEGI PEMASARAN MARCKS' VENUS DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN PRODUK KOSMETIK DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT, IE DAN QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)

Disusun Oleh :

Nama : Dwi Angrayana Nurzanah
NIM : 41611110042
Program Studi : Teknik Industri

Pembimbing,



(Muhammad Kholil, ST, MT)

Mengetahui,

Koordinator Tugas Akhir / Ketua Program Studi,



(Muhammad Kholil, ST, MT)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, Pemelihara seluruh alam raya, yang atas limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Formulasi Strategi Pemasaran Marcks’ VENUS Dalam Menghadapi Persaingan Produk Kosmetik Dengan Menggunakan Metode SWOT, IE Dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM)”. Tugas akhir ini dikerjakan demi memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Strata-1 Jurusan Teknik Industri pada Universitas Mercubuana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini bukanlah tujuan akhir dari belajar, karena belajar adalah sesuatu yang tidak terbatas. Penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan baik isi, bahasa serta penulisannya. Hal ini disebabkan keterbatasan penulis dari segi ilmu pengetahuan, bahan atau data, dana dan waktu sehingga kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan tugas akhir ini.

Terselesaikannya tugas akhir ini tentunya tak lepas dari dorongan dan uluran tangan berbagai pihak. Oleh karena itu, tak salah kiranya bila penulis mengungkapkan rasa terima kasih dan apresiasi kepada :

1. Bapak Muhammad Kholil, ST, MT selaku Koordinator Tugas Akhir sekaligus Kepala Program Studi Teknik Industri
2. Bapak Muhammad Kholil, ST, MT selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis hingga selesainya tugas akhir ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen serta para Staff Karyawan Universitas Mercubuana Jakarta yang telah banyak membantu selama masa perkuliahan berlangsung serta memberikan ilmu pengetahuan serta fasilitas yang berkenaan dengan selesainya tugas akhir ini.

4. Bapak dan Ibu serta Staff Karyawan PT. Kimia Farma, Tbk yang dengan senang hati membantu penulis dalam mengumpulkan data dan melakukan riset.
5. Ibu dan Bapak tercinta yang selalu memberikan dorongan moril maupun materil tanpa merasa bosan sedikitpun dengan segenap jiwa dan ketulusan hatinya, Bapak Surya Gunawan dan Ibu Suryanah.
6. Sahabat-sahabat seangkatanku, si pintar Rudy Yulianto tempat berbagi ilmu dan berbagi pendapat, si comel David Raymond atas dukungan semangatnya untuk kejar-kejaran buat skripsi, dan Barito tempat berkeluh kesah. Hhe. You're the best.
7. Serta semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini seperti teman-teman selama menjalankan perkuliahan S1 Teknik Industri Universitas Mercubuana Jakarta dan masih banyak lagi yang tidak saya ucapkan satu persatu untuk itu saya mohon maaf.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan tugas akhir ini dengan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Semoga karya penelitian tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi banyak pihak demi kemaslahatan bersama serta bernilai ibadah dihadapan Allah SWT. Amin.

UNIVERSITAS
MERCUBUANA

Jakarta, Juni 2015

(Dwi Anggrayana N)

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Pembatasan Masalah.....	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6. Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1. Pengertian Strategi.....	9
2.1.1. Level Strategi.....	10
2.1.2. Tipe-Tipe Strategi	11
2.2. Pengertian Strategi Pemasaran	12
2.3. Strategi Besaing.....	12
2.4. Formulasi Strategi.....	15

2.5. Analisis Lingkungan	16
2.5.1. Analisis Lingkungan Internal	16
2.5.2. Analisis Lingkungan Eksternal	18
2.6. Matriks SWOT	22
2.6.1. Penentuan Faktor Strategi Eksternal (EFAS)	23
2.6.2. Penentuan Faktor Strategi Internal (IFAS)	25
2.7. Matriks IE	27
2.8. QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix).....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1. Jenis dan Metode Penelitian	35
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	36
3.3. Identifikasi Variabel dan Indikator	36
3.4. Penentuan Responden	37
3.5. Penyusunan Kuesioner	38
3.6. Metode Pengumpulan Data	40
3.7. Instrumen Penelitian	41
3.7.1 Uji Validitas Data	41
3.7.2 Uji Realibilitas Data	41
3.8. Metode Pengolahan dan Analisis Data	42
3.8.1 Tahap Input (Input Stage)	43
3.8.2 Tahap Pencocokan (Matching Stage).....	45
3.8.3 Tahap Keputusan (QSPM)	47
3.9. Diagram Alur Penelitian	49
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	50
4.1. Pengumpulan Data.....	50
4.1.1 Profil Perusahaan	50
4.1.2 Profil Marcks' VENUS	61
4.1.3 Rangkaian Produk Marcks' VENUS	62
4.1.4 Ketetapan Harga Marcks' VENUS	66

4.2	Pengolahan Data	68
4.2.1	Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan	68
4.2.2	Identifikasi Peluang dan Ancaman	70
4.2.3	Matriks IFAS Marcks' VENUS	71
4.2.4	Matriks EFAS Marcks' VENUS	73
4.2.5	Matriks IE (Internal-Eksternal)	75
4.2.6	Matriks SWOT	76
4.2.7	Matriks QSPM	78
BAB V ANALISIS MASALAH DAN PEMBAHASAN		79
5.1.	Input Stage	79
5.1.1	Analisis Matriks IFAS	79
5.1.2	Analisis Matriks EFAS	81
5.2.	Matching Stage	83
5.2.1	Analisis Matriks IE	83
5.2.2	Analisis Matriks SWOT	84
5.3.	Decision Stage	86
5.3.1	Analisis Matriks QSPM	86
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		94
6.1.	Kesimpulan	94
6.2.	Saran	96
DAFTAR PUSTAKA		xi
LAMPIRAN		xiii

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tahapan Formulasi Strategi	16
Tabel 2.3 Matriks SWOT	23
Tabel 2.4 Tabel EFAS	24
Tabel 2.5 Tabel IFAS	26
Tabel 2.6 Matriks IE	28
Tabel 2.7 Matriks QSPM	34
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Internal dan Eksternal	37
Tabel 3.2 Variabel Penelitian	39
Tabel 4.4 Ketetapan Harga Produk	68
Tabel 4.5 Matriks IFAS Marcks' VENUS	72
Tabel 4.6 Matriks EFAS Marcks' VENUS	74
Tabel 4.9 Nilai TAS Matriks QSPM	78
Table 5.1 Analisis Matriks IFAS	80
Tabel 5.2 Analisis Matriks EFAS	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kekuatan Pesaing Industri.....	20
Gambar 3.3 Diagram Alir Pengolahan dan Analisis Data	43
Gambar 3.4 Diagram Alir Penelitian	49
Gambar 4.1 Kantor Pusat PT. KF	51
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT. KF	60
Gambar 4.7 Matriks IE Marcks' VENUS	75
Gambar 4.8 Matriks SWOT Marcks' VENUS	47





UNIVERSITAS
MERCU BUANA