

**PENINGKATAN PERFORMANSI *ONLINE-STORE MARKETING*
DENGAN METODA TOWS DAN ANALISIS *EFAS-IFAS* STUDI KASUS
PADA UNIT BISNIS *TULUS TOYLAND***

SKRIPSI

**Nama : Tulus Ulibasa Sabaria Meilina Hutagalung
NIM : 43109120114**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2014**

**PENINGKATAN PERFORMANSI *ONLINE-STORE MARKETING*
DENGAN METODA TOWS DAN ANALISIS *EFAS-IFAS* STUDI KASUS
PADA UNIT BISNIS *TULUS TOYLAND***

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1

Nama : Tulus Ulibasa Sabaria Meilina Hutagalung

NIM : 43109120114



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2014

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tulus Ulibasa Sabaria Meilina Hutagalung

NIM : 43109120114

Program studi : Manajemen Strata 1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain; maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 3 Agustus 2014



Tulus Ulibasa Sabaria Meilina Hutagalung

43109120114

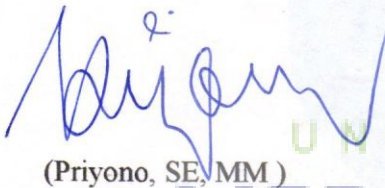
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Tulus Ulibasa Sabaria Meilina Hutagalung
NIM : 43109120114
Program studi : Manajemen Strata 1
Judul skripsi : Peningkatan performansi *Online-Store Marketing* dengan metoda TOWS dan analisis *EFAS-IFAS* studi kasus pada unit bisnis *Tulus Toyland*.
Tanggal Lulus Ujian : 18 Desember 2014


Disahkan oleh :

Pembimbing skripsi

Ketua Penguji



(Priyono, SE, MM)



(Hesti Maheswari, SE, M.Si.)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi



(Prof. Dr Wiwik Utami, AK., MS, CA)



(Dr Rina Astini, SE, MM)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan berkat dan kasih karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan menyusun skripsi yang merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.

Oleh karena itu dalam kesempatan ini, perkenankanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Dr Wiwik Utami, Ak., MS, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
2. Dr Rina Astini, SE, MM, Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana
3. Priyono, SE, MM, dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya.
4. Dewan penguji, terimakasih atas kesempatan yang diberikan.
5. Tuhan Yesus Kristus, yang menjadi sumber kekuatan, berkat, perlindungan dan member *opportunity* yang luar biasa dalam setiap aspek perjalanan hidup penulis.
6. Suamiku tercinta yang hebat, selalu sabar membantu, meyemangati dan mendukung, juga anakku Jethro lucu yang *handsome*, atas doa, perhatian, kasih sayang dan selalu mendampingi penulis.
7. Sahabat-sahabat dan adikku Vita sekaligus team Tulus Toyland yang telah membantu dan memberikan dukungannya.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga segala kebaikan dan bantuan tersebut mendapat limpahan balasan dan berkat kasih karunia dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari skripsi ini jauh dari sempurna dan memiliki kekurangan, oleh karena itu segala saran dan kritik yang membangun senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pembaca.

Jakarta, 3 Agustus 2014

Penulis

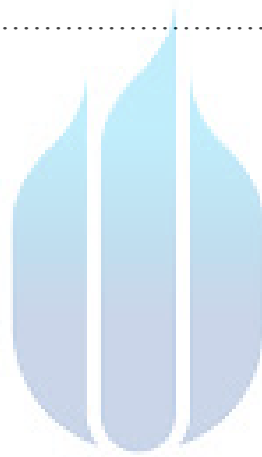


DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUL	I
HALAMAN JUDUL	II
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	III
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	IV
KATA PENGANTAR	V
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR GAMBAR.....	XI
ABSTRAK.....	XII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1,1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Kontribusi Penelitian	5
1.5 Pembatasan Masalah.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN RERANGKA PENELITIAN.....	6
2.1 Pemasaran	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran	6
2.2 Analisa TOWS	7
2.2.1 Analisa TOWS	7
2.2.2 SWOT dan TOWS	7
2.2.3 Analisa SWOT dan Analisa TOWS	7
2.2.4 Sejarah Analisa TOWS	9
2.2.5 Keunggulan Analisa TOWS	13
2.2.6 Penerapan Analisa TOWS pada perusahaan	13
BAB III METODE PENELITIAN	15

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	15
3.2 Desain Penelitian	15
3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	17
3.4 Pengukuran variabel	18
3.4.1 Validasi TOWS dengan Analisis EFAS - IFAS	18
3.4.2 Matriks Internal Eksternal (IE)	21
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	22
3.5.1 Populasi	22
3.5.2 Sampel	23
3.6 Teknik Pengumpulan Data	23
3.6 Metode Analisis	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Objek Penelitian	25
4.2 Sejarah Perusahaan	25
4.3 Tulus Toyland Brand Image	27
4.4 Tulus Toyland Sales Volume	28
4.5 Tulus Toyland TOWS Analisis	30
4.5.1 Ancaman kepada Tulus Toyland (Threath)	30
4.5.2 Kesempatan Tulus Toyland (Opportunities)	32
4.5.3 Kelemahan Tulus Toyland (Weakness)	34
4.5.4 Kekuatan Tulus Toyland (Strength)	36
4.6 Peningkatan Performansi Tulus Toyland dengan TOWS Analisa	38
4.6.1 Strength dan Opportunities strategi	40
4.6.2 Strength dan Threath strategi	44
4.6.3 Weakness dan Opportunities strategi	46
4.6.4 Weakness dan Threath strategi	48
4.7 Pengukuran Performansi Tulus Toyland Setelah Penerapan Konsep TOWS	49
4.7.1 Pengenalan unit bisnis Tulus Toyland dan status dalam dunia internet	49

4.7.2	Sales volume unit bisnis Tulus Toyland	53
4.8	Penentuan Posisi atau Validasi Unit Bisnis Berdasarkan Matriks TOWS.....	54
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		57
5.1	Simpulan	57
5.2	Saran	58
DAFTAR PUSTAKA		XIV
LAMPIRAN		XVI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Table 3.1 Variabel Faktor Internal dan Eksternal	31
Table 3.2 Analisa Faktor strategi EFAS	19
Table 3.3 Analisa Faktor strategi IFAS	19
Table 3.4 Matriks TOWS	20
Table 3.5 Matriks Kekuatan internal bisnis	22
Table 4.1 TOWS analysis	39
Table 4.2 IFAS Matriks	54
Table 4.3 EFAS Matriks	55



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Pemahaman analisa TOWS	10
Gambar 2.2 Matriks TOWS	12
Gambar 3.1 Diagram alir penelitian	16
Gambar 4.1 Survey brand image	27
Gambar 4.2 Sales volume Tulus Toyland tahun 2013	29
Gambar 4.3 Sebaran lokasi pesaing ; area unit bisnis	40
Gambar 4.4 Sistem stok <i>on line</i>	43
Gambar 4.5 Penyimpanan produk di gudang	43
Gambar 4.6 Stok di gudang	44
Gambar 4.7 Lokasi kompetitor sewa	47
Gambar 4.8 Hasil <i>search engine</i>	50
Gambar 4.9 Tampilan halaman awal Website – Jual	50
Gambar 4.10 Tampilan halaman produk Jual	51
Gambar 4.11 Tampilan halaman pemesanan produk Jual	51
Gambar 4.12 Tampilan halaman awal Website – Sewa	52
Gambar 4.13 Tampilan halaman produk Sewa	52
Gambar 4.14 Tampilan halaman pemesanan produk Sewa	53
Gambar 4.15 Posisi Matriks Internal Bisnis Tulus Toyland	56