

Fakultas Ekonomi

Jurusan Manajemen

Skripsi Strata I

Semester Genap tahun 2000-2001

**RENCANA PEMASARAN JASA *VIDEO GAME***

**CV. KHARISMA GEMILANG**

**Hendrik Salim**

**NIM : 0441970003**

**Abstrak**

Dalam penelitian ini tujuan yang hendak dicapai adalah merancang rencana pemasaran pada CV. Kharisma Gemilang. Penelitian ini meliputi rangkuman eksekutif, analisis situasi, sasaran dan tujuan serta strategi pemasaran.

Penelitian ini menggunakan metode studi lapangan, studi kepustakaan. Studi lapangan yang dilakukan dengan cara mendatangi dan melakukan pengamatan pada CV. Kharisma Gemilang dan perusahaan sejenis di wilayah DIY serta melakukan wawancara terhadap pelanggan. Studi kepustakaan dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data yang berkaitan langsung dengan penulisan skripsi ini.

Pasar *video games* terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi informasi. Lingkungan teknologi yang membuat perkembangan *video game* yang cepat sesuai dengan perkembangan teknologi komputer telah menciptakan gaya hidup

sendiri. Situasi tersebut membuka peluang bagi perusahaan untuk mengembangkan diri, namun hal tersebut berbenturan dengan situasi ekonomi di Indonesia. Perkembangan *game*, informasi, dan teknologi menjadi daya tarik tersendiri bagi kelompok umur anak-anak dan remaja. Kelompok usia tersebut sangat keranjingan akan *game*, dan kelompok usia ini merupakan pelanggan perusahaan yang potensial.

CV. Kharisma Gemilang perlu merencanakan dan menetapkan strategi usaha yang tepat untuk meningkatkan penjualannya.

#### **Kata Kunci**

Rangkuman eksekutif, analisis situasi, strategi pemasaran, sasaran dan tujuan, *video games*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kemampuan dan kesempatan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul "Rencana Pemasaran Jasa *Video Game* CV. Kharisma Gemilang". Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Strata-1 pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Bina Nusantara.

Selama penulisan skripsi ini, penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak berikut ini:

1. Orang tua saya yang sudah membesarkan, mendidik dan memberikan dukungan baik moril maupun material dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Agustina Tutik, SKom., MM., selaku dosen pembimbing dan Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Manajemen yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan memberikan saran serta dukungan moril kepada penulis.
3. Pemilik CV. Kharisma Gemilang yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan data, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.
4. Ibu Ir., Theresia Widia Suryaningsih, MM., selaku Rektor Universitas Bina Nusantara yang telah memberi kepercayaan dan kesempatan kepada penulis untuk menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak/ ibu dosen yang telah memberikan kuliah semasa penulis menjadi mahasiswa Universitas Bina Nusantara.

6. Rekan-rekan mahasiswa yang memberikan masukan dan bantuan kepada penulis.
7. Orang yang saya kasihi yang selalu memberikan saran dan dukungan secara moril, dalam pembuatan skripsi ini.
8. Serta kepada semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Akhir kata, saya mengharapkan skripsi ini dapat menyumbangkan hal yang berguna bagi kemajuan kampus, CV. Kharisma Gemilang, dan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen serta Nusa dan Bangsa.

Jakarta, \_\_\_\_\_ 2000

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul Luar.....	i
Halaman Judul Dalam.....	ii
Halaman Persetujuan Skripsi.....	iii
Halaman Pernyataan Dewan Penguji.....	iv
Abstrak.....	v
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Peraga/ Gambar.....	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Ruang Lingkup.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Metodologi Penelitian.....	4
1.6.1 Jenis Penelitian.....	4
1.6.2 Lokasi Penelitian.....	4
1.6.3 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.6.4 Metode Analisis Data.....	5

1.7 Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB 2 LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Pemasaran.....	9
2.2 Konsep Pemasaran yang Berorientasi pada Pelanggan.....	10
2.3 Definisi dan Sifat-Sifat Jasa.....	10
2.4 Perencanaan Strategis.....	12
2.5 Perencanaan Pemasaran Strategis.....	13
2.6 Rencana Pemasaran.....	14
2.6.1 Analisis Eksternal.....	15
2.6.1.1 Analisis Pelanggan.....	15
2.6.1.2 Analisis Pesaing.....	16
2.6.1.3 Analisis Pasar.....	17
2.6.1.4 Analisis Lingkungan.....	17
2.6.2 Analisis Internal.....	19
a. Laba.....	19
b. Likuiditas.....	19
c. Solvabilitas.....	19
d. Rentabilitas.....	20
e. Tingkat Penjualan.....	20
f. Kualitas Jasa.....	20
g. Kebiasaan Pegawai.....	20
<b>BAB 3 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN ANALISIS DATA</b>	
3.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	23
3.1.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan.....	23

3.1.2 Struktur Organisasi secara Umum.....	23
3.1.3 Ketenagakerjaan.....	26
3.1.4 Pemasaran.....	26
3.1.5 Keuangan.....	27
3.1.6 Produksi.....	27
3.2 Analisis Data.....	28
3.2.1 Analisis Eksternal.....	28
3.2.1.1 Analisis Pelanggan.....	28
a. Segmentasi.....	28
b. Motivasi.....	30
c. <i>Trends</i> .....	30
3.2.1.2 Analisis Pesaing.....	32
a. Kompetitor Langsung.....	32
b. Kompetitor Tidak Langsung.....	32
3.2.1.3 Analisis Pasar.....	36
a. Ukuran.....	36
b. Prospek Pertumbuhan.....	36
c. Analisis Kemampulabaan Pasar.....	37
3.2.1.4 Analisis Lingkungan.....	39
a. Teknologi.....	39
b. Ekonomi.....	40
c. Kultural Budaya.....	41
3.2.2 Analisis Internal.....	42
3.2.2.1 Laba.....	42

3.2.2.2 Likuiditas.....	44
3.2.2.3 Solvabilitas.....	45
3.2.2.4 Rentabilitas.....	45
3.2.2.5 Tingkat Penjualan.....	47
3.2.2.6 Kualitas Jasa.....	48
3.2.2.7 Kebiasaan Pegawai.....	49

## **BAB 4 RENCANA PEMASARAN**

4.1 Rangkuman Eksekutif.....	51
4.2 Analisis Situasi.....	51
4.3 Sasaran dan Tujuan.....	52
4.4 Strategi Pemasaran.....	53
4.4.1 Unsur Strategi Persaingan.....	53
A. Segmentasi.....	53
B. <i>Targeting</i> .....	53
C. <i>Positioning</i> .....	53
4.4.2 Unsur Taktik Pemasaran.....	54
A. Diferensiasi.....	54
B. Bauran Pemasaran.....	55
a. Produk ( <i>product</i> ).....	55
b. Harga ( <i>price</i> ).....	55
c. Promosi ( <i>promotion</i> ).....	57
d. Lokasi ( <i>place</i> ).....	58
e. Waktu ( <i>period</i> ).....	58
4.4.3 Unsur Nilai Pemasaran.....	59



A. Merek ( <i>brand</i> ).....	59
B. Pelayanan.....	60
C. Proses.....	61

## **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran.....	63

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **RIWAYAT HIDUP**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Peraga 3.1 Struktur Organisasi Perusahaan Sibernetika Yogyakarta.....	24
Peraga 3.11 Peraga Standar Pelayanan.....	50

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Tabel Proses Analisis..... 6
Tabel 3.2	Tabel Kompetitor Langsung..... 33
Tabel 3.3	Tabel Kompetitor Tidak Langsung..... 35
Tabel 3.4	Tabel Persentase Belanja Subsektor Hiburan dan Rekreasi di DIY. 37
Tabel 3.5	Tabel Pilihan Tempat Berkunjung..... 38
Tabel 3.6	Tabel Laba Usaha Tahun 1998-1999..... 43
Tabel 3.7	Tabel Laba Usaha Tahun 1999-2000..... 44
Tabel 3.8	Tabel Tingkat Penjualan Tahun 1998-1999..... 47
Tabel 3.9	Tabel Tingkat Penjualan Tahun 1999-2000..... 48
Tabel 3.10	Tabel Bentuk Pelayanan..... 48
Tabel 4.0	Tabel Jenis Harga..... 56
Tabel 4.1	Tabel Jenis Bonus..... 57
Tabel 4.2	Tabel Jadwal Pelaksanaan Rencana..... 58
Tabel 4.3	Tabel Istilah-Istilah..... 59

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1: Laporan Laba Rugi Perusahaan Sibernetika .....	L 1
Neraca Perusahaan Sibernetika Yogyakarta.....	L 1
Lampiran 2 : Contoh Kartu 3 M.....	L 2
Lampiran 3 : Stiker Sibernetika Yogyakarta.....	L 3
Lampiran 4 : Gambar <i>Play Station</i> beserta display televisi.....	L 4
Lampiran 5 : Surat Keterangan.....	L 5