

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia yang telah diberikan, sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bina Nusantara, Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak memperoleh bantuan, bimbingan, dorongan, semangat maupun kritik yang membangun dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

- Ibu Dr. Th. Widia Soerjaningsih, Rektor Universitas Bina Nusantara
- Bapak Bahtiar S.Abbas, Ph.D., Dekan Fakultas Ekonomi
- Bapak E.A.Kuncoro, SE., MM., Ketua Jurusan Manajemen Universitas Bina Nusantara juga sebagai dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan petunjuk-petunjuk dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas bimbingan-bimbingannya.
- Segenap Dosen pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Bina Nusantara yang telah memberikan bekal ilmu selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Bina Nusantara.
- Bapak Ronald Unadi, ST, MM., Product Manager PT.A yang telah banyak membantu dan memberikan informasi serta data-data yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini.
- Orangtua beserta Kakak-Adik penulis yang telah mendidik, membesarkan, membantu dan mendoakan penulis. Terima kasih atas segalanya.
- Ronald, terimakasih atas dukungan, perhatian dan kesabarannya terhadap penulis selama ini.
- Sinthia, SE, MM., penulis mengucapkan terimakasih atas bantuannya selama ini.

- Teman-teman KELKA yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu, terimakasih untuk dukungan doa dan semangatnya.

Penulis menyadari skripsi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi PT.A, Mahasiswa Fakultas Manajemen pada khususnya, dan seluruh mahasiswa pada umumnya

Jakarta, Januari 2003

Penyusun



(LISTA LEGISAPUTRI)

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
Bab 1 . PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan dan Manfaat	4
1.4 Sistematika Penulisan	5
Bab 2. LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Manajemen	6
2.2 Pemasaran	7
2.3 Pengertian Strategi Pemasaran	7
2.4 Definisi dan Jenis-jenis Strategi	8
2.5 Manajemen Strategi	11
2.6 Definisi SWOT	14
2.7 Metode Penelitian	17
Bab 3. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
3.1 Sejarah Perusahaan	27
3.2 Kondisi Bisnis Perusahaan	27
3.3 Struktur Organisasi dan Uraian Pekerjaan	40
Bab 4. ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN	
4.1 Analisis Lingkungan Eksternal	44
4.2 Analisis Lingkungan Internal	45
4.3 Analisis SWOT	46
4.4 Penentuan Bobot Faktor Eksternal (O-T) dan Internal (S-W)	49
4.5 Faktor Strategi Eksternal dan Internal	52
4.6 Alternatif strategi	54
4.7 Penentuan Posisi PT.A dalam	55

memasarkan permen X pada model Internal
– Eksternal Matrix

4.8 Analisa Dengan Menggunakan Matriks
SPACE 56

4.9 Alternatif Strategi Yang Sesuai Bagi
PT.A Dalam Memasarkan Permen X
Dengan Menggunakan Matriks SWOT 58

Bab 5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan 60

5.2 Saran 61

Daftar Pustaka

Riwayat Hidup

Lampiran

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.2 Perbandingan Penjualan total Permen X (in unit) 1998-2001	3
Gambar 2.1 Model Manajemen Strategis	14
Gambar 2.2 Analisis SWOT	16
Gambar 2.3 Diagram Matrik SPACE	22
Gambar 2.4 Internal-Eksternal Matrik	25
Gambar 3.1 Kontribusi Produk di PT. A	28
Gambar 3.2 Five Forces Porter	33
Gambar 4.1 Diagram Matrik Internal-Eksternal	54
Gambar 4.2 Diagram Matrik SPACE	59

DAFTAR TABEL

	Halaman	
Tabel 1.1	Perkembangan Produksi Kembang Gula Indonesia 1995-1999	1
Tabel 1.2	Konsumsi Kembang Gula Perkapita di Indonesia 1995-1999	2
Tabel 2.1	Matrik SWOT	17
Tabel 2.2	Matrik SPACE Analysis	20
Tabel 2.3	Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)	23
Tabel 2.4	Internal Factor Analysis Summary (IFAS)	23
Tabel 2.5	Perbandingan Berpasangan (<i>Pairwise Comparisons</i>)	24
Tabel 3.1	Perbandingan Permen Dalam Industri Kembang Gula Lunak	30
Tabel 3.2	Distribusi Outlet di Wilayah Jakarta	30
Tabel 3.3	Proporsi Karyawan Berdasarkan Pendidikan	32
Tabel 3.4	Nama Produsen dan Distributor	34
Tabel 3.5	Perbandingan Biaya Investasi di Industri Kembang Gula Lunak	37
Tabel 3.6	Nama produsen dan Distributor	38
Tabel 4.1	Diagram Perbandingan Berpasangan Faktor Eksternal (O-T) Permen X	49
Tabel 4.2	Normalisasi Bobot Faktor Eksternal	50
Tabel 4.3	Diagram Perbandingan Berpasangan Faktor Internal (S-W) Permen X	51
Tabel 4.4	Normalisasi Bobot Faktor Internal	51
Tabel 4.5	Diagram Eksternal Strategic Factor Analysis Summary (EFAS)	52
Tabel 4.6	Diagram Internal Strategic Factor Analysis Summary (IFAS)	53
Tabel 4.7	Diagram Matrik SWOT	56
Tabel 4.8	Matrik SPACE Analysis	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner