

ABSTRAK

PT. Surya Toto Indonesia, Tbk adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang saniter atau alat perlengkapan mandi. Tujuan penulisan dari skripsi ini adalah mengidentifikasi masalah nyata dari faktor internal perusahaan dan mengidentifikasi faktor eksternal perusahaan melalui Analisis SWOT, serta untuk menyusun informasi strategi yang tepat yang dapat dijalankan oleh perusahaan, agar perusahaan memperoleh keunggulan bersaing dalam memasarkan produknya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan jenis penelitian kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan penelitian survey, yaitu wawancara dan melakukan kuesioner dengan direktur perusahaan dan manager bagian operasional. Data-data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT, alasannya karena dalam membuat suatu strategi yang tepat untuk dijalankan perusahaan harus terlebih dahulu melihat segi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) perusahaan, maka saya sebagai penulis menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui dengan tepat strategi yang digunakan perusahaan dalam menjalankan usahanya. Dari analisis SWOT diperoleh hasil nilai IFAS adalah 2,84 dan EFAS 3,01. Matriks IE menunjukkan bahwa posisi perusahaan berada pada sel 1, yaitu strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal, yaitu merupakan strategi utama untuk perusahaan yang memiliki kompetitif pasar yang kuat dalam industri yang berdaya tarik tinggi. Hasil diagram SWOT juga menunjukkan bahwa perusahaan menerapkan strategi agresif atau pada kuadran 1, dimana pada kuadran 1 ini memiliki nilai positif. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa perusahaan sebaiknya menerapkan Strategi SO (*Strengths – Opportunities*) agar dapat mempertahankan kondisi perusahaan agar tetap dapat bertahan dalam bidangnya.

Kata Kunci:

Strategi, Strategi Pemasaran, SWOT

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul " Analisis Strategi Pemasaran Pada PT. Surya Toto Indonesia, Tbk". Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian dari persyaratan guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Bina Nusantara.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak maka skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

- Bapak Prof.Dr.Gerardus Polla, M.App.Sc., selaku Rektor Universitas Bina Nusantara.
- Bapak E. A. Kuncoro, SE., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bina Nusantara dan selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu membimbing saya dan memberikan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
- Bapak Idris Gautama, SE, S.Kom., MM MBA,CBC, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Bina Nusantara.
- Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan inspirasi bagi penulis.
- PT. Surya Toto Indonesia, Tbk selaku objek penelitian.
- Kedua orang tua tercinta serta kakak saya yang selalu memberikan bantuan dan dorongan baik moril maupun materiil kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
- Teman-teman penulis, yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang banyak memberikan bantuan, dorongan, dan semangat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengalaman dan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat dapat membangun.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Terima kasih.

Jakarta, 23 Februari 2007

Penyusun

Nofianty

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv-v
DAFTAR ISI	vi-ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
Bab 1 . PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1-3
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Peneltian	4-5
Bab 2. LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan	6
2.2 Pengertian dan Manfaat Manajemen Strategi	6-11
2.2.1 Tahapan Dalam Manajemen Strateg	11-12
2.2.2 Tipe-tipe strategi	13-14
2.2.3 Strategi Bersaing	14-15
2.3 Definisi Strategi Pemasaran	15-16
2.3.1 Fungsi Pemasaran	17-18
2.3.2 Bauran Pemasaran	19
2.3.3 Konsep Inti Pemasaran	20-22
2.3.4 Strategi Pemasaran	22
2.3.5 Elemen-elemen Strategi Pemasaran	22-23
2.3.6 Unsur Taktik Pemasaran	23
2.3.7 Saluran Pemasaran	24-25
2.3.8 Strategi <i>Market Leader</i>	26
2.3.9 Marketing Management dan Marketing Mix	27
2.4 Diferensiasi	28
2.4.1 Diferensiasi Produk	29
2.4.2 Diferensiasi Pelayanan	29
2.4.3 Diferensiasi Personil	30

2.4.4 Diferensiasi Saluran	30
2.4.5 Diferensiasi Citra	30
2.5 Kerangka Pemikiran	
Bab 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Disain Penelitian	32
3.2 Jenis dan Sumber Data Penelitian	32
3.3 Teknik Pengumpulan Data	33-34
3.4 Metode Analisis	34
3.4.1 Menurut Dari Definisi Operasional dan Instrumen Pengukuran	34
3.4.1.1 Dari Definisi Operasional	34-35
3.4.1.2 Instrumen Pengukuran	35-36
3.4.2 Tahap Analisis	37
3.4.2.1 Analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunity, Threat</i>)	37-38
3.4.2.2 Diagram SWOT	39-40
3.4.2.3 Matriks SWOT	40-42
3.4.2.4 Matriks Internal Eksternal (IE)	42-46
3.4.2.5 Matriks Grand Strategy	47-49
3.4.2.6 Matriks QSPM	49
3.5 Tahap Pengambilan Keputusan : Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif	49-51
Bab 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Sejarah Perusahaan	52-54
4.2 Kondisi Perusahaan	55
4.2.1 Persaingan Dalam Industri	56
4.2.2 Ancaman Pendetang Baru	56
4.2.3 Pengganti/Barang Substitusi	57
4.2.4 Kekuatan Tawar Menawar Pembeli	57
4.2.5 Kekuatan Tawar Menawar Pemasok	57-58
4.3 Operasional Perusahaan	58
4.4 Tahap Pengumpulan Data PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	59
4.4.1 Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	59
4.4.1.1 Hasil Faktor Kekuatan (<i>Strength</i>) PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	59

4.4.1.2 Hasil Faktor Kelemahan (<i>Weakness</i>) PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	60
4.4.2 Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	61
4.4.2.1 Hasil Faktor Peluang (<i>Opportunity</i>) PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	61-62
4.4.2.2 Hasil Faktor Ancaman (<i>Threat</i>) PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	62-63
4.4.3 Hasil Gabungan Antara Faktor Internal dan Eksternal PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	63
4.4.4 Hasil Dari Kuesioner Wawancara Pembobotan Faktor Internal dan Faktor Eksternal PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	65
4.5 Hasil Kuesioner Penilaian Skor Faktor Internal dan Eksternal PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	81
4.6 Tahap I : Tahap Input Data PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	83-84
4.7 Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>)	89
4.8 Matriks EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>)	90
4.9 Tahap II : Pencocokan Data PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	92
4.9.1 Hasil Diagram SWOT	93
4.9.2 Hasil Matriks SWOT	94-95
4.9.3 Hasil Matriks Internal Eksternal (IE)	96
4.9.4 Hasil Matriks Grand Strategy	97-98
4.10 Tahap III : Tahap Keputusan	99
4.10.1 Proses Pemilihan Strategi	99
4.10.2 QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)	100
4.11 Rencana Strategi PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	103
4.11.1 Strategi Level Di Tingkat Unit Bisnis PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	103
4.12 Strategi Pemasaran PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	104
4.12.1 Strategi Promosi	104
4.12.2 Strategi Produk	104
4.12.3 Strategi Harga	105
4.12.4 Strategi Distribusi	105-107
Bab 5. KESIMPULAN DAN SARAN	

5.1 Kesimpulan	108
5.2 Saran	109
Daftar Pustaka	
Riwayat Hidup	
Lampiran	

DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 4.1	Hasil Gabungan Faktor Internal PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	64
Tabel 4.2	Hasil Gabungan Faktor Eksternal PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	65
Tabel 4.3	Hasil Kuesioner Wawancara Pembobotan Faktor Internal PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	66-72
Tabel 4.4	Hasil Kuesioner Wawancara Pembobotan Faktor Eksternal PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	73-81
Tabel 4.5	Hasil Kuesioner Wawancara Penilaian Skor Faktor Internal PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	82
Tabel 4.6	Hasil Kuesioner Wawancara Penilaian Skor Faktor Eksternal PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	83
Tabel 4.7	Penentuan Bobot Dengan Perbandingan Berpasangan Faktor Internal PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	85
Tabel 4.8	Normalisasi Bobot Faktor Internal PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	86
Tabel 4.9	Penentuan Bobot Dengan Perbandingan Berpasangan Faktor Eksternal PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	87
Tabel 4.10	Normalisasi Bobot Faktor Eksternal PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	88
Tabel 4.11	Matriks IFAS PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	89
Tabel 4.12	Matriks EFAS PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	91
Tabel 4.13	Hasil Matriks SWOT	94-95
Tabel 4.14	Hasil Matriks Internal Eksternal (IE)	96
Tabel 4.15	Pemilihan Strategi	99
Tabel 4.16	Hasil QSPM Internal PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	101
Tabel 4.17	Hasil QSPM Eksternal PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	102
Tabel 4.18	Hasil Total QSPM Faktor Internal dan Eksternal	103

DAFTAR GAMBAR

No Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
Gambar 1.1	Data Penjualan	3
Gambar 2.1	Saluran Pemasaran	25
Gambar 2.2	Manajemen <i>Marketing</i> dan Bauran <i>Marketing</i>	28
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis	31
Gambar 3.1	Kerangka Formulasi Strategis	36
Gambar 3.2	Diagram Analisis SWOT	39
Gambar 3.3	Matriks SWOT	41
Gambar 3.4	Model Untuk Strategi Korporat	43
Gambar 3.5	Diagram Penentuan Matriks Grand Strategy	47
Gambar 4.1	Lima Kekuatan Porter	55
Gambar 4.2	Hasil Diagram SWOT PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	93
Gambar 4.3	Hasil Matriks Grand Strategy	97

DAFTAR LAMPIRAN

No Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
Lampiran 1	Hasil Kuesioner Wawancara Pembobotan Faktor Internal PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	L1-L6
Lampiran 2	Hasil Kuesioner Wawancara Pembobotan Faktor Eksternal PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	L7-L14