

PENETAPAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN POSISI PERUSAHAAN PADA PT. DAYA MEKAR SEMARANG

S K R I P S I

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Soegijapranata



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
1999**

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : ROBBY BUDI UTOMO
NIM : 94.30.1830
NIRM : 94.6.111.02016.50064
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul : PENETAPAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN STRATEGI POSISI PERUSAHAAN PADA PT. DAYA MEKAR SEMARANG



Disetujui di : Semarang

Pada tanggal :

Pembimbing I

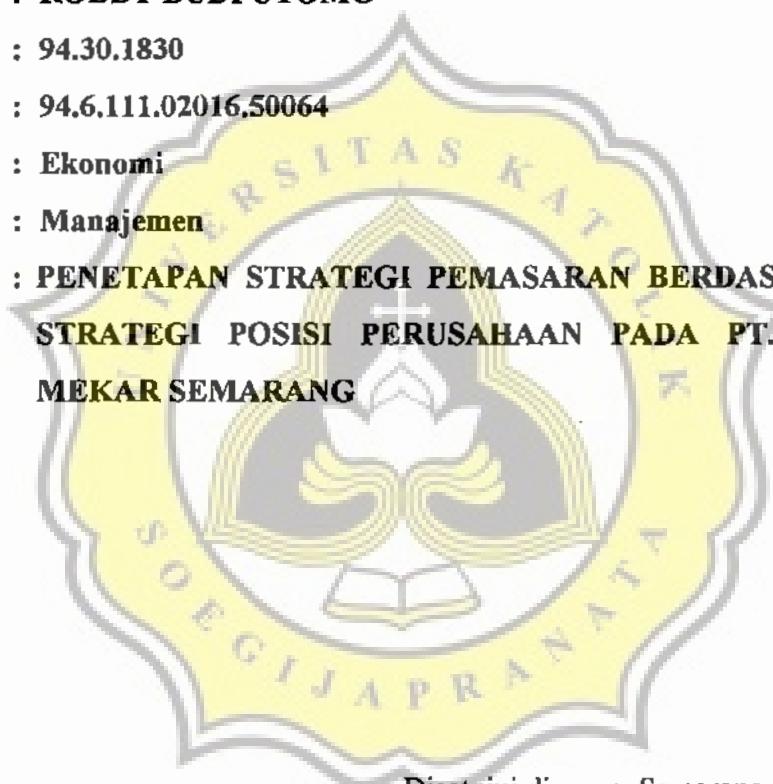


(Dra. Retno Yustini W.P.)

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : ROBBY BUDI UTOMO
NIM : 94.30.1830
NIRM : 94.6.111.02016.50064
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul : PENETAPAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN STRATEGI POSISI PERUSAHAAN PADA PT. DAYA MEKAR SEMARANG



Disetujui di : Semarang

Pada tanggal : Desember 1999

Koordinator Penguji

(Dra. Lucia Haripatworo, MS)

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata

(Komala Inggarwati, SE, MM)

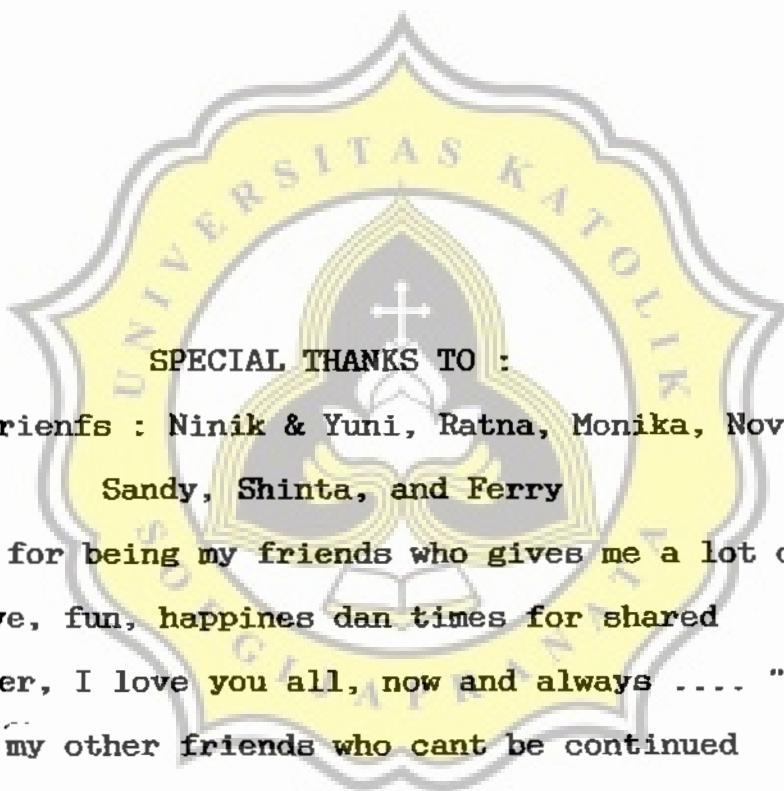
I DEDICATED THIS PAPER TO :

The glory of God,

My dad and my mom,

My dear sister and brother : Hendry & Meme, Rani

"Without you, I'll never be like this"



KATA PENGANTAR

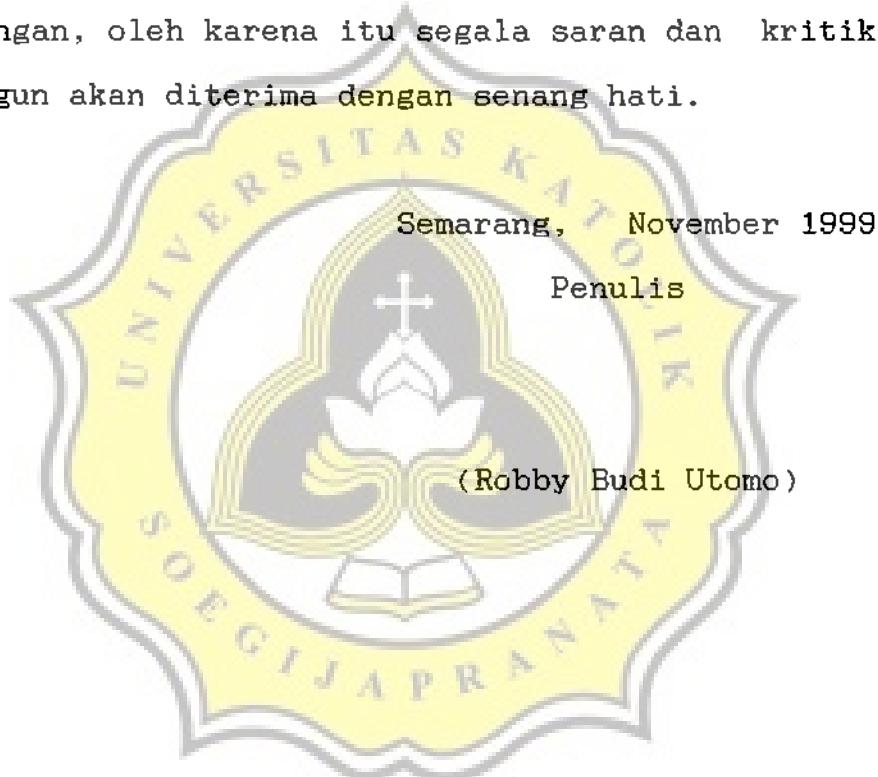
Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa dan Maha Pengasih karena bimbingan dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul "Evaluasi Strategi Pemasaran Berdasarkan Posisi Perusahaan pada PT. DAYA MEKAR Semarang" guna memenuhi syarat dalam program pendidikan Strata satu (S1) di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih atas bimbingan dan bantuan serta saran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, khususnya kepada :

1. Ibu Komala Inggarwati, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Dra. Retno Yustini WP dan MY. Dwi Hayu Agustini, SE, MBA, selaku dosen Pembimbing I dan Pembimbing II dari penulis yang telah mencurahkan segala perhatian dan pikiran untuk membimbing, mengarahkan dan membantu selama penyusunan skripsi ini hingga selesai.
3. Bapak dan Ibu dosen serta seluruh staf karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah membimbing dan mengarahkan serta memberikan bantuan yang tak ternilai harganya selama ini.

-
4. Bapak Sinar Utama selaku pimpinan PT. DAYA MEKAR yang telah mengijinkan dan membantu penulis untuk melakukan penelitian di perusahaan.
5. Ayah, ibu, saudara serta sahabatku yang telah memberikan dorongan moral, dukungan, dan semangat sehingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini mungkin masih ada kekurangan, oleh karena itu segala saran dan kritik yang membangun akan diterima dengan senang hati.



ABSTRAK

Manajer merupakan faktor yang amat berharga dalam kegiatan perusahaan. Manajer merupakan salah satu faktor yang besar pengaruhnya terhadap tujuan perusahaan. Misalnya pengaruh melalui penetapan pemasaran berdasarkan posisi perusahaan yang sekarang ini. Di dalam pencapaian tujuan perusahaan terdapat berbagai alternatif strategi pemasaran yang tepat yang dapat dipilih berdasarkan aspek-aspek masalah yang dihadapi perusahaan, baik merupakan kekuatan dan kelemahan maupun kesempatan dan tantangan yang timbul dari lingkungan perusahaan yang ada.

Hal yang penting bagi perusahaan dalam menentukan strategi adalah memperhitungkan lingkungan perusahaan secara kesleuruhan. Suatu perusahaan yang dapat tetap bertahan di antara perusahaan-perusahaan pesaing lainnya pasti mempunyai pemasaran yang tepat.

Berdasarkan uraian tersebut di atas maka penulis tertarik untuk menganalisisnya dengan mengambil judul "Penetapan Strategi Pemasaran Berdasarkan Posisi Perusahaan pada PT. DAYA MEKAR".

Perumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana posisi PT. DAYA MEKAR Semarang pada saat ini ?
2. Strategi pemasaran apa yang harus digunakan PT. DAYA MEKAR Semarang pada saat ini ?

Perusahaan ini melakukan trayek angkuatan barang di Pulau Jawa dan di Luar Pulau Jawa. Penelitian ini masalah dibatasi pada pemasaran yang dilakukan di Pulau Jawa saja.

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengevaluasi strategi pemasaran yang sesuai dengan posisi perusahaan saat ini.

Manfaat penelitian ini adalah sebagai bahan masukan bagi pimpinan perusahaan dalam menggunakan strategi pemasaran yang sesuai dengan posisi perusahaan yang dimiliki saat ini.

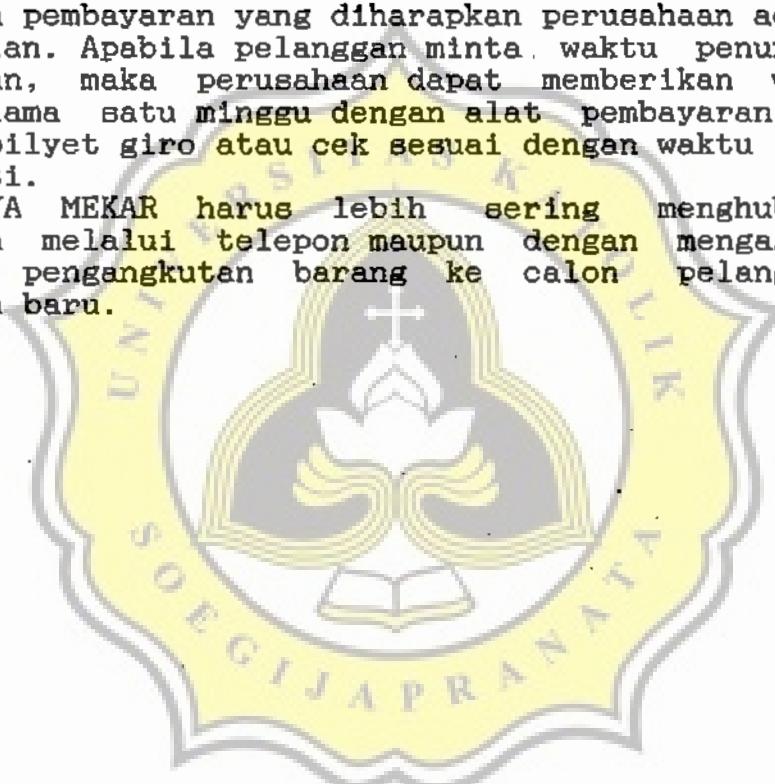
Berdasarkan hasil analisis posisi perusahaan dengan menggunakan analisis Matriks Internal-Eksternal, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. PT. DAYA MEKAR berada pada posisi kekuatan internal bisnis rata-rata dan daya tarik industri sedang. hal ini diperlihatkan dan matriks Internal-Eksternal dimana total skor faktor internal sebesar 0,69 dan faktor eksternal sebesar 0,13.
2. Berdasarkan posisi pertumbuhannya, strategi yang tepat adalah strategi perusahaan melalui integrasi horizontal dan sekaligus. Strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal adalah suatu kegiatan untuk memperluas perusahaan dengan cara membangun di lokasi yang lain, dan meningkatkan jenis produk serta jasa. Berdasarkan pada posisi stabilitasnya, strategi

yang diterapkan tanpa mengubah arah PT. DAYA MEKAR yang telah ditetapkan.

Berdasarkan strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal dan strategi stabilitas, maka peneliti mengajukan saran-saran sebagai berikut :

1. PT. DAYA MEKAR harus dapat mempertahankan kepercayaan pelanggan yang diberikan kepada perusahaan dengan selalu memberikan mutu pelayanan sebaik mungkin, menepati potongan harga yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan ketentuan dari perusahaan dan menepati jaminan kerusakan barang sesuai dengan ketentuan perusahaan.
2. PT. DAYA MEKAR dapat berkompromi dengan pelanggan mengenai periode pembayaran tarif angkutan, dimana ketentuan pembayaran yang diharapkan perusahaan adalah satu bulan. Apabila pelanggan minta waktu penundaan pembayaran, maka perusahaan dapat memberikan waktu paling lama satu minggu dengan alat pembayaran sah berupa bilyet giro atau cek sesuai dengan waktu yang disepakati.
3. PT. DAYA MEKAR harus lebih sering menghubungi pelanggan melalui telepon maupun dengan mengajukan proporsi pengangkutan barang ke calon pelanggan-pelanggan baru.



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah dan Pembatasan Masalah	3
1.2.1. Perumusan Masalah	3
1.2.2. Pembatasan Masalah	3
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.3.1. Tujuan Penelitian	4
1.3.2. Manfaat Penelitian	4
1.4. Sistematika Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Pengertian Strategi	6
2.2. Definisi Perencanaan Strategi	8
2.3. Tipe-tipe Strategi	9

2.4. Analisa SWOT sebagai Alat Formulasi	
Strategi	10
2.5. Identifikasi Faktor-faktor Internal dan Eksternal	12
2.5.1. Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)	12
2.5.2. Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman)	14
2.6. Analisis Matrik IE	17
2.7. Kerangka Pikir	22
2.8. Definisi Operasional	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1. Obyek Penelitian	26
3.2. Jenis Penelitian	26
3.3. Jenis Data Penelitian	26
3.4. Metode Pengumpulan Data	27
3.5. Teknis Analisis Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
4.1. Gambaran Perusahaan	34
4.1.1. Sejarah Perkembangan dan Daerah Pemasaran PT. DAYA MEKAR	34
4.1.2. Struktur Organisasi PT. DAYA MEKAR	35
4.2. Analisis Data	37
4.2.1. Keadaan Internal PT. DAYA MEKAR	38
4.2.1.1. Produk	38

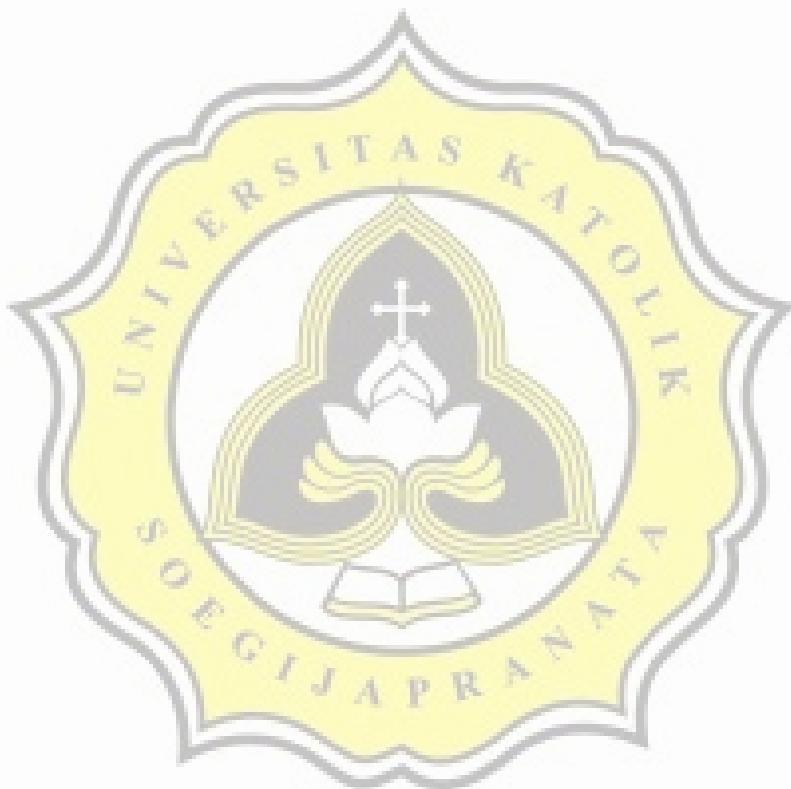
4.2.1.2.	Harga	40
4.2.1.3.	Promosi	43
4.2.1.4.	Distribusi	45
4.2.2.	Keadaan Eksternal PT. DAYA	
MEKAR	48	
4.2.2.1.	Pelanggan	48
4.2.2.2.	Pesaing	49
4.2.2.3.	Teknologi	51
4.2.2.4.	Pemerintah	53
4.2.3.	Alternatif Strategi	55
BAB V	PENUTUP	58
5.1.	Kesimpulan	58
5.2.	Saran-saran	59
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
3.1. Faktor Strategis Eksternal	30
3.2. Faktor Strategis Internal	32
3.3. Internal-Eksternal Matrik	33
4.1. Tarif Angkutan PT. DAYA MEKAR Per-Rit	40
4.2. Tarif Angkutan PT. DAYA MEKAR Per-Kilogram	40
4.3. Potongan Harga PT. DAYA MEKAR Per-Kilogram	42
4.4. Penilaian Faktor Internal PT. DAYA MEKAR Semarang	47
4.5. Jumlah pelanggan PT. DAYA MEKAR tahun 1995-1998.	48
4.6. Jenis Model truk Yang Digunakan PT. DAYA MEKAR Semarang	51
4.7. Penilaian Faktor Eksternal PT. DAYA MEKAR Semarang	55
4.8. Internal-Eksternal Matrik	56

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1. Diagram Kerangka Formulasi Strategis	12
2.2. Model Matrik Internal-Eksternal	17
2.3. Kerangka Pikir	23
4.1. Struktur Organisasi PT. DAYA MEKAR	35



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Pertanyaan
- Lampiran 2 Jawaban Responden
- Lampiran 3 Perhitungan Setiap Variabel

