

KATA PENGANTAR

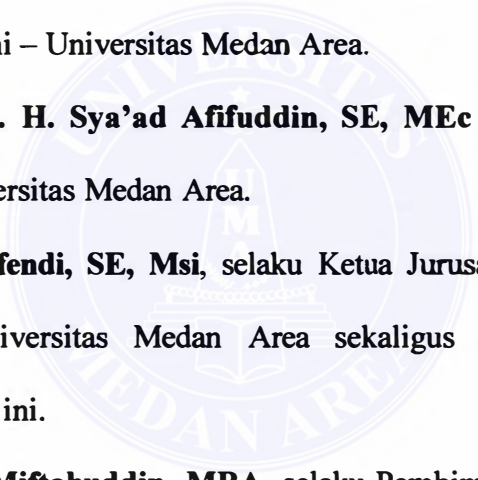

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah atas Rahmat Allah SWT yang telah memberikan Hidayat-Nya, hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna melengkapi tugas – tugas serta memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi – Universitas Medan Area.

Penetapan Strategi Pemasaran dengan Analisis SWOT (Studi Kasus) pada PT. Tiga Serangkai International Cabang Medan adalah judul yang dipilih oleh penulis. Karena penulis melihat bahwa hal tersebut merupakan faktor utama yang dapat menentukan / memberikan pengaruh bagi perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan.

Penulis menyadari bahwa isi yang terkandung dalam skripsi ini belum sempurna, hal ini disebabkan oleh terbatasnya waktu, kemampuan dan pengalaman yang penulis miliki dalam penyajiannya. Oleh karena itu dengan hati yang tulus dan ikhlas penulis menerima kritik dan saran yang membangun dari para pembaca, yang nantinya dapat berguna untuk penyempurnaan skripsi ini.

Tulisan ini juga dapat diselesaikan berkat bantuan sepenuhnya dan seikhlasnya dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis sertakan ucapan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Bapakku **Muhamad Ridwan Suyuti** dan Ibunda **Mulyati** yang telah membesarkan, mengasuh dengan kasih sayang dan do'a yang tak pernah putus.

- 
- 
2. Istriku tersayang **Maemunah** dan Kedua Buah Hatiku **Kane Nandana Nafi Azaria** dan **Radinka Arden Alzachary** yang telah banyak memberikan semangat dan doa sehingga skripsi ini selesai.
 3. Kedua Mertuaku **H. Mashud Alwi** dan **Hj. Khotiroh**, untuk keluargaku **Mas Ato FM**, **Mas Saifudin**, **Mbakyu Anis M** dan Adikku **Azmi**, **Achla**, **Muhtar** dan **Romlah** yang memberikan dorongan dan motivasi agar tidak mudah putus asa.
 4. Bapak **Prof. Dr. H. A. Ya'kub Matondang, MA** selaku Rektor pada Fakultas Ekonomi – Universitas Medan Area.
 5. Bapak **Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEd** selaku Dekan Fakultas Ekonomi – Universitas Medan Area.
 6. Bapak **Ihsan Effendi, SE, Msi**, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi – Universitas Medan Area sekaligus Pembimbing II dalam penulisan skripsi ini.
 7. Bapak **Drs. H. Miftahuddin, MBA**, selaku Pembimbing I dalam penulisan skripsi ini.
 8. Bapak **Drs. H. A. Aziz Hasan, MM** selaku Ketua Team Penguji Skripsi.
 9. Seluruh Pegawai dan Staf Pengajar pada Fakultas Ekonomi – Universitas Medan Area.
 10. Bapak. **H. Bandrio Utomo, SE** selaku Area Manager beserta Staf PT. Tiga Serangkai International Cabang Medan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis mengadakan penelitian dalam penyelesaian skripsi ini.

10. Buat Rekan – Rekan Alumnus MI Kholidiyah, MTs Al-Hidayah Kertanegara Purbalingga dan SMT Pertanian Negeri Purwokerto Jawa Tengah yang selalu memberikan masukan positif dalam bidang pendidikan.
11. Buat Sahabat – Sahabatku **Robitun, Achmad Damiri, Tohid, Hozin, Yos A** serta rekan – rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Angkatan - 2004 yang telah memberikan saran dan motivasi hingga skripsi ini terselesaikan.

Dengan bantuan dan dukungan yang telah penulis dapatkan akhirnya dengan menyerahkan diri dan senantiasa memohon petunjuk serta perlindungan dari Allah SWT semoga amalan baik dan perbuatan baik tersebut mendapat imbalan yang baik pula. Amin Ya Rabbil Alamin.

Medan, Mei 2008
Penulis

Faiz Muttaqin

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|----------|
| ABSTRAKSI..... | i |
| KATA PENGANTAR..... | ii |
| DAFTAR ISI | v |
| DAFTAR GAMBAR | vii |
| DAFTAR TABEL | viii |
| DAFTAR LAMPIRAN | ix |
| BAB I : PENDAHULUAN | 1 |
| A. Alasan Pemilihan Judul | 1 |
| B. Perumusan Masalah | 2 |
| C. Luas Tujuan dan Manfaat Penelitian | 3 |
| D. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data | 3 |
| E. Metode Analisis | 4 |
| BAB II : LANDASAN TEORITIS | 6 |
| A. Pengertian Pemasaran dan Strategi Pemasaran | 6 |
| B. Kebijakan Pengembangan Pasar Dalam Menghadapi Persaingan | 21 |
| C. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)..... | 24 |
| D. Analisa dan Tujuan Analisa SWOT | 33 |
| E. Manfaat Analisa SWOT Dalam Meraih Pangsa Pasar | 37 |

| | |
|---|-----------|
| BAB III : DESKRIPSI PT. TIGA SERANGKAI INTERNATIONAL | 39 |
| A. Gambaran umum | 39 |
| B. Pasar dan Pasar Sasaran | 45 |
| C. Strategi dan Taktik Pemasaran | 47 |
| D. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)..... | 52 |
| E. Prosedur penjualan Barang Perusahaan | 57 |
| F. Strategi Pemasaran Dengan Analisa SWOT | 57 |
| BAB IV : ANALISIS DAN EVALUASI | 73 |
| A. Analisis SWOT | 73 |
| B. Organisasi Pemasaran | 91 |
| C. Pasar Sasaran | 92 |
| D. Bauran Pemasaran | 92 |
| BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN | 94 |
| A. Kesimpulan | 94 |
| B. Saran | 95 |

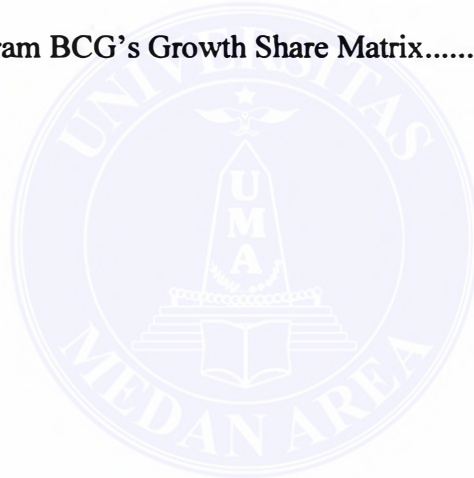
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Halaman

| | | |
|--------------|--|----|
| Gambar II.1 | Empat Unsur Utama Bauran Pemasaran | 10 |
| Gambar II.2 | Gambaran Mata Rantai Saluran Distribusi | 17 |
| Gambar II.3 | Diagram Analisis SWOT | 36 |
| Gambar III.4 | Struktur Organisasi PT. Tiga Serangkai International | 42 |
| Gambar IV.5 | Hasil Perhitungan Analisis Space Matrik | 88 |
| Gambar IV.6 | Diagram BCG's Growth Share Matrix..... | 90 |



DAFTAR TABEL

Halaman

| | | |
|------------|--|----|
| Tabel IV.1 | Lembar Kerja SWOT | 78 |
| Tabel IV.2 | Eksternal Strategic Analysis Summary (EFAS)..... | 79 |
| Tabel IV.3 | Internal Strategic Analysis Summary (IFAS) | 80 |
| Tabel IV.4 | Analisis Space Matrik | 82 |
| Tabel IV.5 | Analisis SWOT | 84 |
| Tabel IV.6 | Internal – Eksternal Analisis Matrik | 87 |

