

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA PT. CIPTA
MANDIRI ELEKTRINDO DENGAN MENGGUNAKAN
VARIABEL *MARKETING MIX* 4P DAN METODE SWOT**

SKRIPSI

Oleh :

DANIEL FERNANDO BENEDICTUS

201710215037



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Pada PT. Cipta Mandiri Elektrindo Dengan Menggunakan Variabel *Marketing Mix* 4P dan Metode SWOT.

Nama Mahasiswa : Daniel Fernando Benedictus

Nomor Induk Mahasiswa : 201710215037

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal lulus Ujian : 15 Juli 2022



Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Dra. Ismaniah, M.M.
NIDN 0309036503

Dr. Dra. Tyastuti Sri Lestari, M.M.
NIDN 0327036701

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Pada PT. Cipta Mandiri Elektrindo Dengan Menggunakan Variabel *Marketing Mix* 4P dan Metode SWOT.

Nama Mahasiswa : Daniel Fernando Benedictus

Nomor Induk Mahasiswa : 201710215037

Program Studi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik

Tanggal lulus Ujian : 15 Juli 2022

Bekasi, 26 Juli 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Ratna Suminar S, S.T., M.M.
NIDN 0314047502

Penguji I : Denny Siregar, S.T., M.Sc.
NIDN 0322087201

Penguji II : Dr. Dra. Ismaniah, M.M.
NIDN 0309036503

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Teknik Industri

Dekan
Fakultas Teknik

Yuri Delano Regent Montororing, S.T., M.T.
NIDN 0309098501

Dr. Dra. Ismaniah, M.M.
NIDN 0309036503

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Daniel Fernando Benedictus
NPM : 201710215073
Fakultas/Jurusan : Teknik/Teknik Industri
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Pada PT. Cipta Mandiri
Elektrindo Dengan Menggunakan Variabel *Marketing Mix* 4P
dan Metode SWOT

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Jika kemudian hari penulisan skripsi yang telah saya buat merupakan hasil plagiat atau penjiplakan karya orang lain, maka saya bersedia bertanggung jawab sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digunakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 15 Juli 2022

Yang Membuat Pernyataan,



Daniel Fernando Benedictus
201710215037

ABSTRAK

Daniel Fernando Benedictus, 201710215037. Analisis Strategi Pemasaran Pada PT. Cipta Mandiri Elektrindo Dengan Menggunakan Variabel *Marketing Mix 4P* dan Metode SWOT.

PT. Cipta Mandiri Elektrindo adalah salah satu perusahaan yang berfokus pada penjualan produk Tunglee dan Yolico. Penjualan produk motor penggerak listrik ini memiliki banyak pesaing, selama periode penjualan maret 2020 – maret 2021. Tujuan dilakukan penelitian adalah untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat meningkatkan penjualan produk motor penggerak listrik di masa pandemi covid-19, dengan menggunakan variabel *marketing mix 4p* dan Analisis SWOT kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*). Variabel *marketing mix 4p* yaitu Produk (Tunglee, Yolico), pengemasannya belum *safety*, sampel produk kurang sesuai dengan produk baru, dan masih kurangnya stok dalam gudang. Harga, dalam persaingan harga, pesaing lebih terjangkau, harga produk juga tidak bisa ditawarkan walaupun pemesanannya banyak, dan harga belum menguasai pasar. Tempat, lokasi perusahaan sulit diketahui konsumen, dan tidak adanya nama perusahaan di lokasi tersebut. Promosi, belum memasarkan produk secara online, pemasaran motor penggerak listrik belum menguasai pasar, dan tidak memberikan promo pada produk yang ditawarkan. Dari semua faktor yang diperoleh selanjutnya pengolahan data dilakukan menggunakan matriks faktor internal SWOT yaitu IFAS dan EFAS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penjualan produk Tunglee dan Yolico yaitu pada strategi SO (*Strength, Opportunity*), kuadran 1 (Strategi agresif) dengan total perhitungan S-W : $1,95 - 0,90 = 1,05$, O-T : $1,50 - 1,15 = 0,35$ dimana perusahaan mempunyai kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Namun ada faktor kelemahan seperti produk pesaing lebih murah dan faktor ancaman berupa pengiriman dari produsen terkendala pada saat pandemi, semua itu bisa dikendalikan dengan strategi SO dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada untuk meningkatkan penjualan produk perusahaan.

Kata Kunci: Pemasaran, *Marketing Mix 4P*, IFAS, EFAS, SWOT

ABSTRACT

Daniel Fernando Benedictus, 201710215037. *Marketing Strategy Analysis at PT. Cipta Mandiri Elektrindo With Using the 4P Marketing Mix Variable and the SWOT Method.*

PT. Cipta Mandiri Elektrindo is a company that focuses on selling Tungle and Yolico products. Sales of electric motor products have many competitors, during the sales period March 2020 - March 2021. The purpose of this research is to determine the right marketing strategy in order to increase sales of electric motor products during the COVID-19 pandemic, using the marketing mix variable and SWOT analysis of strengths, weaknesses, opportunities and threats. The 4p marketing mix variables, namely Products (Tungle, Yolico), the packaging is not safe, the product samples do not match the new product, and there is still a lack of stock in the warehouse. Price, in price competition, competitors are more affordable, product prices are also non-negotiable even though there are many orders, and prices have not dominated the market. The place, the location of the company is difficult for consumers to know, and there is no company name in that location. Promotion, have not marketed products online, marketing electric motors have not controlled the market, and do not provide promos on the products offered. Of all the factors obtained, further processing data processing is carried out using the SWOT internal factor matrix, namely IFAS and EFAS. The results showed that sales of Tungle and Yolico products were in the SO (Strength, Opportunity) strategy, quadrant 1 (aggressive strategy) with a total calculation of $SW : 1.95 - 0.90 = 1.05$, $OT : 1.50 - 1, 15 = 0.35$ where the company has the strength so that it can take advantage of existing opportunities. However, there are weakness factors such as cheaper competitors' products and threat factors in the form of delivery from manufacturers being constrained during the pandemic, all of which can be controlled with an SO strategy by taking advantage of existing strengths and opportunities to increase sales of the company's products.

Keywords: *Marketing, Marketing Mix 4P, IFAS, EFAS, SWOT*

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, saya yang bertanda di bawah ini:

Nama : Daniel Fernando Benedictus

NPM : 201710215073

Program Studi : Teknik Industri

Fakultas : Teknik

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*), atas karya yang berjudul: **"Analisis Strategi Pemasaran Pada PT. Cipta Mandiri Elektrindo Dengan Menggunakan Variabel Marketing Mix 4P dan Metode SWOT"**.

Beserta perangkat yang ada (bila diperlukan). Lisensi non-eksklusif, bebas royalti ini memberikan hak kepada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan, mengirimkan, mengelolanya dalam bentuk database, mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Bekasi, 15 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



Daniel Fernando Benedictus
201710215037

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan YME. Atas kesehatan dan berkah yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Karena penulisan skripsi ini selesai tanpa ada hambatan apapun, tidak terlepas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Inspektur Jendral Polisi (Purn) Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Dra. Ismaniah, M.M. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sekaligus Dosen Pembimbing I.
3. Bapak Yuri Delano Regent Montororing, S.T., M.T. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Dra. Tyastuti Sri Lestari, M.M. sebagai Dosen Pembimbing II.
5. Orang tua tercinta, yang selalu mendoakan, memberi semangat, dukungan dana dan moral selama melakukan kegiatan skripsi.
6. Istri tercinta, yang menemani dan memotivasi agar penulis tetap semangat dalam kegiatan skripsi.
7. Martin Hendrawan, teman yang selalu ada disaat penulis butuh bantuan dalam pengerjaan skripsi ini.
8. *Last, I wanna thank me, for all the hard work, my foresight is only for success.*

Dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Bekasi, 15 Juli 2022



Daniel Fernando Benedictus
201710215037

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	ixiii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Batasan masalah.....	6
1.6 Manfaat penelitian	6
1.7 Tempat dan Waktu Penelitian.....	7
1.8 Metodologi Penelitian.....	7
1.9 Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Pemasaran.....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Tujuan pemasaran	11
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	13
2.1.4 Strategi Pemasaran.....	13
2.2 <i>Marketing mix</i> 4P (<i>Price, Place, Promotion, Product</i>)	16
2.2.1 Konsep <i>Marketing Mix</i> 4P	16
2.3 Analisis SWOT.....	17
2.3.1 Diagram Analisis SWOT	18
2.3.2 Matriks SWOT	19

2.3.3 Cara Menghitung SWOT	20
2.4 Distribusi	21
2.4.1 Jenis-Jenis Distribusi.....	22
2.4.2 Kegiatan Distribusi	22
2.4.3 Tujuan Distribusi.....	23
2.4.4 Sembilan Fungsi Saluran Distribusi.....	24
2.6 Penelitian Terdahulu.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian	32
3.2 Teknik Pengumpulan Data	32
3.3 Teknik Pengolahan Data.....	32
3.4 Kerangka Berpikir	35
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	36
4.1.1 Profil Perusahaan	36
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	36
4.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	36
4.2.1 Produk (<i>product</i>).....	37
4.2.2 Harga (<i>price</i>).....	38
4.2.3 Tempat (<i>place</i>).....	39
4.2.4 Promosi (<i>promotion</i>).....	40
4.3 Analisis SWOT.....	40
4.3.1 <i>Mapping</i> SWOT.....	41
4.3.2 <i>Fishbone</i> Diagram.....	45
4.3.3 Menentukan matriks IFAS dan EFAS.....	47
4.3.4 Matriks SWOT.....	53
BAB V PENUTUP.....	57
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah unit pemasaran motor penggerak listrik PT. Cipta Mandiri Elektrindo.....	2
Tabel 1.2 Perbandingan Harga Produk PT. Cipta Mandiri Elektrindo dengan Pesaing	3
Tabel 4.1 IFAS (<i>Internal Factors Analysis Summary</i>)	41
Tabel 4.2 EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>)	42



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Lokasi PT. Cipta Mandiri Elektrindo.....	2
Gambar 1.2. Lokasi PT. XYZ (Pesaing).....	2
Gambar 1.3. Perbandingan total unit penjualan brand Tunglee dan Yolico	3
Gambar 2.1. Tabel Matriks SWOT	18
Gambar 2.2. Analisis Sampah Plastik dengan <i>Fishbone</i> Diagram.....	27
Gambar 3.1 Kerangka berpikir.....	32
Gambar 4.1 Pengemasan produk.....	34
Gambar 4.2 Harga produk perusahaan.....	36
Gambar 4.3 Sales sedang mengatasi komplain konsumen (ibu W A dan pak A F) mengenai keterlambatan pengiriman dan permasalahan harga produk	39
Gambar 4.4 Stok Produk.....	40
Gambar 4.5 Posisi Pemasaran	46

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuisisioner IFAS EFAS
- Lampiran 2. Hasil kuesioner poin untuk faktor internal
- Lampiran 3. Hasil kuesioner poin untuk faktor eksternal
- Lampiran 4. List pemeringkatan bobot dan rating
- Lampiran 5. Hasil nilai rating internal dan eksternal
- Lampiran 6. Hasil nilai bobot internal
- Lampiran 7. Hasil nilai bobot eksternal
- Lampiran 8. Gambar produk tunglee
- Lampiran 9. Gambar produk yolico
- Lampiran 10. Gambar pengemasan produk
- Lampiran 11. Gudang penyimpanan produk
- Lampiran 12. Pengisian form wawancara oleh sales

