

Universitas Bina Nusantara

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Skripsi Strata 1 - Semester Ganjil tahun 2005 / 2006

Analisa Bauran Promosi pada Strategi Positioning PT. Federal International Finance

Renalldy Hardiman – 0600659420
Martin Kuwawi - 0600673021

Abstrak

Dalam menjalankan usahanya, suatu perusahaan harus mempunyai positioning tertentu, yang membedakan perusahaan tersebut dengan perusahaan-perusahaan pesaing yang bergerak dalam bidang yang sama. Salah satu alat utama dalam melakukan positioning adalah melalui bauran promosi. Oleh karenanya, dalam menentukan positioning, perusahaan juga harus mempertimbangkan pengaruh lingkungan eksternal dan internal pada bauran promosi.

Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif dengan jenis penelitian berupa studi kasus pada PT. Federal International Finance, sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang pembiayaan untuk sepeda motor merk Honda. Penelitian dilakukan dengan analisis SWOT, dan pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara serta pembagian kuesioner pada *Marketing Field Manager* PT. Federal International Finance.

Dari penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa faktor internal bauran promosi mempengaruhi perusahaan sebesar 2.79 dan faktor eksternal mempengaruhi sebesar 2.84. Strategi positioning yang dapat dilaksanakan perusahaan adalah stratei mencari dan merebut posisi baru yang belum ditempati

Kata Kunci

Bauran promosi, strategi positioning.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat 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 :

1. Prof. Dr. Gerardus Polla., M. App. Sc ; selaku Rektor dari Universitas Bina Nusantara.
2. Bapak Parulian Sihotang, AK., M.Acc, Phd ; selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bina Nusantara.
3. Bapak Antonius Herusetya SE., MM., AK ; selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Bina Nusantara.
4. ibu Enggal Sriwardiningsih SE., MM ; selaku Pembimbing materi yang telah dengan penuh kesabaran membimbing penulis hingga selesainya skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen pengajar yang telah memberikan ilmi-ilmunya kepada penulis selama menjadi mahasiswa Universitas Bina Nusantara.
6. Seluruh pimpinan dan staf akademik Universitas Bina Nusantara atas segala partisipasinya dalam mengurus segala keperluan yang menyangkut tentang skripsi ini.
7. Bapak Surianto Chen, Marketing Field Manager PT. Federal International Finance yang telah banyak membantu dan memberikan informasi serta data-data yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini.

8. Bapak Hindra salim dan rekan-rekan account officer PT. Federal International Finance yang telah banyak membantu mengarahkan dan memberikan dorongan secara moril dan materil kepada penulis.
9. Orang tua Renalldy Hardiman, orang tua Martin Kuwawi, beserta seluruh kerabat yang telah memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung.
10. Winston, Ival, Monica, Christin dan teman-teman lainnya yang telah memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

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 semoga skripsi ini berguna bagi kita semua dan untuk itu, kami mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 11 januari 2006

Penyusun,

[Renalldy Hardiman]

[Martin Kuwawi]

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
Bab 1 . PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Tujuan dan Manfaat	2
1.4 Sistematika Penulisan	3
Bab 2. LANDASAN TEORI	
2.1 Promosi dan Bauran Promosi	5
2.2 Penempatan Posisi (<i>Positioning</i>)	11
2.3 Analisis Strategi Michael E. Porter	13
2.4 Metodologi Penelitian	16
2.4.1 Jenis dan Metode Penelelitian	16
2.4.2 Teknik Pengumpulan Data	16
2.4.3 Definisi Operasional dan Instrumen Pengukuran	17
2.4.3.1 Definisi Operasional	17
2.4.3.2 Instrumen Pengukuran	17
2.4.4 Teknik Analisis Data	18
2.4.4.1 Tahap 1 : Tahap Input	18
2.4.4.1.1 Matriks IFAS	18
2.4.4.1.2 Matriks EFAS	20
2.4.4.2 Tahap Perumusan Strategi	22
2.4.4.2.1 Diagram Swot	22
2.4.4.2.3 Matriks Internal Eksternal	24
2.5 Kerangka Pemikiran	30
Bab 3. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
3.1 Perkembangan Perusahaan	31
3.2 Kondisi Bisnis Perusahaan	33
3.2.1 Persaingan Industri	33

3.2.2 Kekuatan Pemasok	33
3.2.3 Ancaman Pendetang Baru	33
3.2.4 Kekuatan Pembeli	34
3.2.5 Ancaman Produk Pengganti	34
3.3 Struktur Organisasi	35
Bab 4. ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN	
4.1 Hasil Penelitian	36
4.1.1 Pengumpulan Data	36
4.1.2 Faktor Internal Bauran Promosi PT. Federal International Finance	36
4.1.2.1 Uraian Faktor Kekuatan (<i>Strength = S</i>)	36
4.1.2.2 Uraian Faktor Kelemahan (<i>Weaknesses = W</i>)	36
4.1.3 Faktor Eksternal Bauran Promosi PT. Federal International Finance	
4.1.3.1 Uraian Faktor Peluang (<i>Opportunities = O</i>)	37
4.1.3.2 uraian Faktor Ancaman (<i>Threats = T</i>)	37
4.1.4 Hasil Kuesioner Pembobotan Faktror Internal dan Eksternal PT. Federal International Finance	37
4.1.5 Hasil Kuesioner Pemberian Rating Faktor Internal dan Eksternal Bauran Promosi PT. Federal International Finance dan Pengolahannya	40
4.1.6 Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>)	42
4.1.7 Matriks EFAS (<i>External Factor Analysis Summary</i>)	46
4.1.8 Diagram SWOT	47
4.1.9 Matriks SWOT	48
4.1.10 Matriks IE (Internal Eksternal)	49
4.2 Analisis Penelitian	50
Bab 5. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	56
5.2 Saran	57
5.3 Keterbatasan	57
Daftar Pustaka	
Riwayat Hidup	
Lampiran	

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Matriks IFAS	20
Tabel 2.2	Matriks EFAS	22
Tabel 2.3	Matriks SWOT	24
Tabel 4.1	Hasil Kuesioner Pembobotan Faktor Internal Bauran Promosi PT. Federal International Finance	37
Tabel 4.2	Hasil Kuesioner Pembobotan Faktor Eksternal Bauran Promosi PT. Federal International Finance	40
Tabel 4.3	Hasil Kuesioner Pemberian Rating Faktor Internal Bauran Promosi PT. Federal International Finance	43
Tabel 4.4	Hasil Kuesioner Pemberian Rating Faktor Eksternal Bauran Promosi PT. Federal International Finance	43
Tabel 4.5	Penentuan Bobot dengan Perbandingan Berpasangan Faktor Internal Bauran Promosi PT. Federal International Finance	44
Tabel 4.6	Penentuan Bobot dengan Perbandingan Berpasangan Faktor Eksternal Bauran Promosi PT. Federal International Finance	44
Tabel 4.7	Normalisasi Bobot Faktor Internal Bauran Promosi PT. Federal International Finance	45
Tabel 4.8	Normalisasi Bobot Faktor Eksternal Bauran Promosi PT. Federal International Finance	45
Tabel 4.9	Matriks IFAS Bauran Promosi PT. Federal International Finance	46
Tabel 4.10	Matriks EFAS Bauran Promosi PT. Federal International Finance	47
Tabel 4.11	Matriks SWOT PT. Federal International Finance	49
Tabel 4.12	Matriks Internal-Eksternal PT. Federal International Finance	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman	
Gambar 2.1	Bagan 5 kekuatan kompetitif Porter	14
Gambar 2.2	Diagram SWOT	23
Gambar 2.3	Kerangka pemikiran penelitian	30
Gambar 3.1	Lima Kekuatan Persaingan Porter dalam PT. Federal International Finance	32
Gambar 3.2	<i>Organization Chart</i> PT. Federal International Finance	35
Gambar 4.1	Diagram SWOT PT. Federal International Finance	48
Gambar 4.2	Map Positioning PT. Federal International Finance	55