

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN  
PENJUALAN DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT  
DI PT INTI TRADA ELEKTRO  
(STUDI KASUS LAMPU TUBE LED)**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen  
Universitas Bakrie**



**YULIANA KUSUMAWATI**

**NIM 1141901005**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2017**

## **HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

**N a m a** : Yuliana Kusumawati

**N I M** : 1141901005

**Program Studi** : Manajemen

**Fakultas** : Ekonomi

**Judul Skripsi** : Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan dengan Menggunakan Analisis SWOT di PT Inti Trada Elektro (Studi Kasus Lampu Tube LED)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Pengaji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

### **DEWAN PENGUJI**

Pembimbing : Muchsin Saggaff Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D

Pengaji : Dr. Ir. Didit Herawan, MBA

Pengaji : Ir. Imbang J. Mangkuto, M.Sc, MBA

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 28 Agustus 2017

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kemurahanNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul **“Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan dengan Menggunakan Analisis SWOT di PT Inti Trada Elektro (Studi Kasus Lampu Tube LED)”**. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bakrie.

Penyusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari dorongan, pertolongan serta doa dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini, perkenankan penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., MBA, Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini;
2. Dr. Ir. Didit Herawan, MBA selaku dosen penguji yang telah menyediakan waktunya untuk mengarahkan dan memberikan masukan kepada penulis dalam penulisan Tugas Akhir ini;
3. Ir. Imbang J. Mangkuto, M.Sc., MBA selaku dosen penguji yang telah menyediakan waktunya untuk mengarahkan dan memberikan masukan kepada penulis dalam penulisan Tugas Akhir ini;
4. Seluruh jajaran Direksi dan Staf PT Inti Trada Elektro yang telah memberikan waktu untuk wawancara dan mengijinkan penggunaan data perusahaan dalam penulisan Tugas Akhir ini;
5. Seluruh dosen pengajar Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu selama Penulis menempuh pendidikan;
6. Seluruh staf Tata Usaha Universitas Bakrie yang telah membantu kelancaran administrasi akademik selama masa perkuliahan penulis;

7. Orang tua, suami, dan anak-anakku tercinta yang telah memberikan dukungan moral dan spiritual;
8. Seluruh teman-teman Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Universitas Bakrie tahun akademik 2014 yang telah meluangkan waktu memberikan masukan dan dukungan bagi penulis;
9. Semua pihak yang telah membantu penulis sejak awal penyusunan Tugas Akhir hingga selesai, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu;

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu. Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 28 Agustus 2017

Penulis

## **HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama	: Yuliana Kusumawati
NIM	: 1141901005
Tanda Tangan	: 
Tanggal	: 28 Agustus 2017

## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yuliana Kusumawati  
NIM : 1141901005  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Tugas Akhir : Studi Kasus

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan dengan Menggunakan Analisis SWOT di PT Inti Trada Elektro (Studi Kasus Lampu Tube LED)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 28 Agustus 2017

Yang menyatakan



(Yuliana Kusumawati)

---

**MARKETING STRATEGY TO INCREASE SALES USING SWOT  
ANALYSIS AT PT INTI TRADA ELEKTRO  
(CASE STUDY LED TUBE LAMP)**

---

Yuliana Kusumawati

---

**ABSTRACT**

The population growth has become the trigger for lamp market development in Indonesia, thus increase the domestic energy consumption. Currently the switching of lamp technology trend is happening, that is Light Emitting Diode (LED), which leads to the change in marketing strategy aspect. PT Inti Trada Elektro as the master distributor from Ledvance Pte. Ltd., have to define new marketing strategies for LED tube lamp, since the conventional tube lamp has been the sales back bone over the past months. This study will discuss the marketing strategy to increase sales at PT Inti Trada Elektro using SWOT analysis. This study is using analytic descriptive with qualitative approach. The decrease in LED tube sales are caused by internal factors such as less promotion, less of marketing force, high selling price assumption, and limited goods distribution. Based on SWOT analysis, the company is suggested to bring new promotion innovation, giving special price for loyal customers, hiring more marketing staffs, and improve the procurement system to maintain the stock availability.

**Keywords:**

energy consumption, lamp trend, LED, tube lamp, promotion innovation

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I        PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
1.1 Kondisi Pasar Lampu di Indonesia.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II        KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN....	6
A. Strategi Pemasaran.....	6
1. Pasar, Segmentasi, dan Nilai Pelanggan.....	6
2. Strategi Bauran Pemasaran.....	8
2.1 Produk.....	8
2.2 Harga.....	9
2.3 Promosi.....	9
2.4 <i>Place</i> .....	10
3. Alat Analisis.....	11

3.1 Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan.....	11
(Opportunity –Threat)	
3.2 Analisis Lingkungan Internal Perusahaan.....	15
(Strengths –Weaknesses)	
3.3 Matrik Internal Eksternal.....	16
3.4 Lampu Tubular LED.....	19
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>22</b>
3.1 Desain Penelitian.....	22
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	22
3.3 Data dan Sumber Data.....	22
3.4 Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data.....	23
3.5. Prosedur Analisis Data.....	23
3.6 Tahap Pencocokan ( <i>Matching Stage</i> ).....	28
3.7 Tahap Keputusan ( <i>Decision Stage</i> ).....	33
3.8 Pemeriksaan Keabsahan Data.....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
A. Gambaran Umum tentang Latar Penelitian.....	37
1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	37
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	38
B. Temuan Penelitian.....	38
1. Strategi Pemasaran Lampu OSRAM Tubular LED..	38
2. Bauran Pemasaran.....	39
3. Tahap Masukan ( <i>Input</i> ).....	41
4. Tahap Pencocokan ( <i>Matching</i> ).....	46
5. Tahap Keputusan.....	49
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>52</b>
A. Kesimpulan.....	52
B. Saran.....	52

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## **DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
Gambar 1.1 Konsep Pengembangan Strategi Pemasaran PT Inti Trada Elektro.....	5
Gambar 2.1 Model Lima Kekuatan.....	13
Gambar 2.2 Layar Bisnis General Electric.....	16
Gambar 3.1 Matriks Internal-Eksternal.....	30
Gambar 4.1 Posisi Lampu OSRAM Tubular LED dalam Matriks Internal dan Eksternal.....	46

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Konsumsi Lampu Listrik di Indonesia.....	1
Tabel 3.1 Bentuk Penilaian Bobot Faktor-faktor Strategis Internal dan Eksternal .....	25
Tabel 3.2 Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> .....	27
Tabel 3.3 Matriks <i>External Factor Evaluation</i> .....	28
Tabel 3.4 Matriks SWOT.....	33
Tabel 3.5 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)</i> .....	35
Tabel 4.1 Matriks <i>External Factor Evaluation</i> Lampu OSRAM Tubular LED.....	43
Tabel 4.2 Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> Lampu OSRAM Tubular LED.....	45
Tabel 4.3 Matriks SWOT Lampu OSRAM Tubular LED.....	49
Tabel 4.4 Matriks QSPM Lampu OSRAM Tubular LED.....	50
Tabel 4.5 Ringkasan Matriks QSPM Lampu OSRAM Tubular LED.....	51

## **DAFTAR LAMPIRAN**

	Halaman	
Lampiran 1	Rekap Faktor Strategi Internal dan Eksternal.....	54
Lampiran 2	Matriks Faktor Internal.....	55
Lampiran 3	Matriks Faktor Eksternal.....	56
Lampiran 4	Matriks SWOT.....	57
Lampiran 5	Matriks QSPM.....	58
Lampiran 6	Laporan Penjualan Lampu Tube LED.....	59
Lampiran 7	Hasil Wawancara dengan Direktur Utama.....	60
Lampiran 8	Hasil Wawancara dengan Sales dan Marketing Manager.....	62
Lampiran 9	<i>E-Catalog LED Tube OSRAM.....</i>	64