

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK KOSMETIK DENGAN PENDEKATAN
METODE *SWOT* PADA
PT KIMIA FARMA Tbk.**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik Industri



Sultan Muhammad Ridwan

1182903011

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS BAKRIE**

2021

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 : Sultan Muhammad Ridwan

NIM : 1182903011

Tanda Tangan : 

Tanggal : 24 November 2021




HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Sultan Muhammad Ridwan
NIM : 1182903011
Program Studi : Teknik Industri
Fakultas : Teknik dan Ilmu Komputer
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Produk Kosmetik Dengan Pendekatan Metode SWOT Pada PT.Kimia Farma.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ir. Gunawarman Hartono M.Eng ()
Penguji I : Raden Jachryandestama S.T.,M.L.S.M.,IPP ()
Penguji II : Mirsa Diah Novianti S.T.,M.T.,IPM ()

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 24 November 2021

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian ini. Usulan Penelitian ini berjudul “**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK KOSMETIK DENGAN PENDEKATAN METODE SWOT PADA PT KIMIA FARMA**”.

. Usulan Penelitian ini diajukan untuk memenuhi syarat guna melanjutkan Skripsi.

Akhirnya Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya laporan ini baik secara materil maupun imateril. Adapun pihak-pihak tersebut diantaranya :

1. Bapak Ir. Gunawarman Hartono selaku Dosen Pembimbing I.
2. Seluruh dosen pengajar Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang berharga selama menempuh pendidikan.
3. Kedua Orang tua yang telah memberi dukungan baik moril ataupun materil.
4. M Agung Pratama Suharto, S.Farm, Apt. yang telah mensupport dan mendukung usulan penelitian ini dan memberi bimbingan di PT Kimia Farma sampai selesai.

Penulis menyadari bahwa dalam laporan kerja praktek ini masih terdapat kekurangan baik dilihat dari segi penulisan maupun dari penyajian materi. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang bersifat membangun demi perbaikan laporan selanjutnya. Semoga laporan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya dan dapat bermanfaat baik bagi pembaca maupun bagi penulis sendiri.

Jakarta, 24 Februari 2021



Sultan Muhammad Ridwan

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Sultan Muhammad Ridwan

NIM : 1182903011

Program Studi : Teknik Industri

Fakultas : Teknik dan Ilmu Komputer

Jenis Tugas Akhir : Penelitian Industri

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

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK KOSMETIK DENGAN PENDEKATAN
METODE *SWOT* PADA PT KIMIA FARMA Tbk.

berserta 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 mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 24 November 2021

Yang menyatakan



(Sultan Muhammad Ridwan)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran pada PT. Kimia Farma Tbk. khususnya Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) yang diterapkan perusahaan. Kemudian untuk mengetahui hasil analisa Kekuatan (Strength), Kelemahan (Weakness), Peluang (Opportunities) dan Tantangan (Threat) serta gambaran strateginya sehingga dapat diaplikasikan untuk peningkatan penjualan produk. Dengan menggunakan Teknik penelitian SWOT, Matriks, EFAS, dan IFAS. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu studi kasus yang menghasilkan data-data deskriptif yang dituangkan dalam kata-kata. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini penulis melakukan kunjungan langsung ke PT. Kimia Farma Tbk. – National Distribution Centre (NDC) untuk melakukan wawancara pribadi dengan Logistic Manager Project terkait penyimpanan dan penyaluran produk kosmetik, selain itu melakukan kunjungan ke Bagian Marketing untuk mengumpulkan informasi terkait proses bisnis marketing serta hasil dari koresponden terkait produk kosmetik di lapangan. Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan analisis dari penelitian yang dilakukan pada PT. Kimia Farma Tbk. terkait strategi pemasaran yaitu perusahaan telah memiliki dan menjalankan strategi pemasaran dan terlihat dari perhitungan analisis SWOT yang berada di posisi kuadran II yaitu *Diversifikasi*. Dimana perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan kekuatan yang dimiliki seperti kualitas produk dan rantai distribusi dari pabrik, distribusi dengan 48 cabang KFTD yang tersebar di seluruh provinsi Indonesia hingga outlet retail yang menyebar di seluruh daerah di Indonesia dari kota hingga pelosok dengan jumlah outlet KFA lebih dari 1000, agar konsumen tetap setia pada penggunaan produk kosmetik, melakukan pengembangan varian produk sesuai kebutuhan pasar dengan segala jenis kalangan customer sehingga dapat menambah kategori konsumen lain, hingga terus berinovasi hingga dapat tetap bersaing dengan competitor untuk mengatasi ancaman yang ada, serta kerja sama dengan outlet pihak ketiga dalam pemasaran produk kosmetik Kimia Farma yang dapat meningkatkan hasil penjualan.

Kata Kunci : SWOT, IFAS, EFAS

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR DIAGRAM.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.5.2 Manfaat Praktis.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Analisis SWOT.....	6
2.2 Pengertian Pemasaran.....	10
2.3 Konsep Pemasaran.....	11
2.4 Strategi Pemasaran.....	12

25	Marketing Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	12
2.5.1	Produk.....	13
2.5.2	Harga.....	14
2.5.3	Saluran Distribusi.....	15
2.5.4	Promosi	16
26	Kerangka Pemikiran.....	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		18
3.1	Jenis Penelitian	18
3.2	Jenis Data dan Informasi.....	18
3.2.1	Data Primer.....	18
3.2.2	Data Sekunder	18
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	19
3.3.1	Teknik Observasi.....	19
3.3.2	Teknik Dokumenter.....	19
3.3.3	Teknik Kepustakaan	19
3.4	Metode Pengolahan dan Analisis Data	19
3.5	Langkah-Langkah Penelitian	20
3.6	Populasi dan Penentuan Sampel.....	21
3.6.1	Populasi	21
3.6.2	Sampel.....	21

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	22
4.1 Strategi Pemasaran yang diterapkan PT. Kimia Farma Tbk	22
4.1.1 Segmentasi, <i>Targetting</i> dan <i>Positioning</i>	22
4.1.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	23
4.2 Analisis SWOT.....	25
4.3 Hasil Penelitian.....	32
4.3.1 Hasil Pengolahan Data IFAS dan EFAS	33
4.3.2 Hasil Pengolahan Data Matriks SWOT.....	33
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	38
5.1 Kesimpulan.....	38
5.2 Saran	39
DAFTAR PUSTAKA.....	40
LAMPIRAN.....	41

DAFTAR TABEL

	Halaman
Penentuan Bobot Faktor Internal dan Eksternal.....	7
Matrix Analisis <i>SWOT</i>	9
Penentuan Bobot Faktor – Faktor Kekuatan dan Kelemahan.....	25
IFAS (Internal Factor Analysis Summary).....	26
Perhitungan Skor Faktor – Faktor Kekuatan dan Kelemahan	27
Penentuan Bobot Faktor-Faktor Peluang dan Ancaman	29
EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary).....	30
Perhitungan Skor Faktor – Faktor Peluang dan Ancaman.....	31
Matrix <i>SWOT</i>	34

DAFTAR DIAGRAM

	Halaman
Diagram Matrix <i>SWOT</i>	8
Diagram Kerangka Pemikiran.....	17
Diagram Langkah-Langkah Penelitian	20
Diagram Cartesius	32

