

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
BAB 1 .....	11
PENDAHULUAN .....	11
1.1 Latar Belakang .....	11
1.2 Rumusan Masalah .....	14
1.3 Tujuan Penulisan .....	14
1.4 Manfaat Penulisan .....	14
1.5 Sistematika Penulisan .....	15
BAB 2 .....	16
KAJIAN PUSTAKA .....	16
2.1 <i>Marketing</i> .....	16
2.2 <i>Marketing Strategy Planning Process</i> .....	16
2.3 <i>Segmenting, Targeting, Positioning (STP)</i> .....	17
2.4 <i>Marketing Mix (7P)</i> .....	17
2.5 <i>Consumer Buying Decision Process</i> .....	17
2.6 <i>Service Quality</i> .....	18
2.7 Analisis Industri .....	19
2.8 <i>Market Potential</i> .....	20
2.9 Analisis Pesaing .....	20
2.10 Analisis SWOT .....	21
2.11 TOWS Matrix .....	21
BAB 3 .....	22
METODOLOGI PENELITIAN .....	22
1.1 Kerangka Analisis .....	22
3.2 Jenis Penelitian .....	23
3.3 Jenis Data .....	23
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	23
3.5 Tabel Analisis Data .....	24
BAB 4 .....	25
PROFIL PERUSAHAAN .....	25
4.1. Latar Belakang Perusahaan .....	25
4.2. Visi & Misi Perusahaan .....	26
4.3. Nilai-Nilai Perusahaan .....	26
BAB 5 .....	28
ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	28

5.1.	Analisis Industri .....	28
5.2.	<i>Market Potential</i> .....	29
5.3.	Analisis Pelanggan ( <i>Customer</i> ) .....	31
5.3.1	<i>Service Quality</i> .....	31
5.3.2	Proses Keputusan Pembelian Pelanggan .....	33
5.4.	Analisis Pesaing ( <i>Competitor</i> ) .....	35
5.5.	Analisis Perusahaan ( <i>Company</i> ) .....	41
5.5.1	<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> (STP) .....	41
5.5.2	<i>Marketing Mix</i> (7P) .....	42
5.6.	TOWS Matrix .....	50
5.7	Alternatif Strategi .....	51
5.8	Pemilihan Strategi .....	55
5.9	Strategi Terpilih .....	56
5.10	Implementasi dan Perancangan Strategi 7P .....	56
5.10.1	<i>Product</i> .....	56
5.10.2	<i>Price</i> .....	57
5.10.3	<i>Place</i> .....	58
5.10.4	<i>Promotion</i> .....	59
5.10.5	<i>People</i> .....	62
5.10.6	<i>Process</i> .....	62
5.10.7	<i>Physical Evidence</i> .....	62
5.10.8	Total Anggaran Kegiatan Pemasaran .....	64
5.10.9	Monitoring dan Evaluasi .....	64
5.10.10	<i>Timeline</i> .....	66
BAB 6	.....	67
KESIMPULAN DAN SARAN	.....	67
6.1	Kesimpulan .....	67
6.2	Saran .....	68
DAFTAR PUSTAKA	.....	69
LAMPIRAN	.....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Kontribusi Ekonomi Kreatif Perekonomian Indonesia 2015 .....	11
Gambar 1.2 Hasil Survey Bekraf dan BPS .....	12
Gambar 1.3 Hasil Penjualan Karya.CO .....	13
Gambar 2.1 <i>Marketing Strategy Planning Process</i> .....	16
Gambar 2.2 <i>Five Forces Porter</i> .....	20
Gambar 2.3 Contoh Tabel <i>Competitive Profile Matrix</i> .....	21
Gambar 3.1 Kerangka Analisis .....	22
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	25
Gambar 4.2 Logo Perusahaan .....	26
Gambar 5.1 Jenis dan Presentase Sektor Industri Keratif .....	31
Gambar 5.2 Tokio Marine Product Launching and Awards Night .....	37
Gambar 5.3 Evercross Launching Product .....	37
Gambar 5.4 Home Website 1188 Production .....	38
Gambar 5.5 Standard Chartered Event .....	39
Gambar 5.6 Pocari Sweat Event .....	40
Gambar 5.7 Suvarna Jakarta Golf Club Membership Launching Night .....	43
Gambar 5.8 Training MEDCO sesi 3 .....	44
Gambar 5.9 Contoh Konten Instagram .....	46
Gambar 5.10 Contoh Konten Instagram .....	47
Gambar 5.11 Contoh Website Karya.CO .....	48
Gambar 5.12 <i>Service Blue Print</i> .....	50
Gambar 5.13 Contoh Media Menyalurkan Produk .....	60
Gambar 5.14 Contoh Media Menyalurkan Produk .....	60
Gambar 5.15 Kantor Karya.CO .....	61
Gambar 5.16 Efektifitas Media Digital Marketing .....	62
Gambar 5.17 Contoh Referensi Website ( <i>Home</i> ) .....	62
Gambar 5.18 Contoh Referensi Website ( <i>Services</i> ) .....	63
Gambar 5.19 Kartu Nama Karyawan .....	65

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tabel Anlisis Data .....	24
Tabel 5. 1 <i>Five Forces Porter</i> .....	29
Tabel 5. 2 Perhitungan <i>Market Potential</i> .....	30
Tabel 5. 3 Kesimpulan Wawancara SERVQUAL .....	32
Tabel 5. 4 Hasil Wawancara Keputusan Pembelian Pelanggan Terhadap <i>Event Organizer</i> .....	35
Tabel 5. 5 Matrix Perbandingan Kompetitor .....	41
Tabel 5. 6 <i>Segmenting Karya.CO</i> .....	42
Tabel 5. 7 TOWS Matrix .....	52
Tabel 5. 8 Strategi SO .....	53
Tabel 5. 9 Strategi WO .....	54
Tabel 5. 10 Strategi ST .....	55
Tabel 5. 11 Strategi WO .....	56
Tabel 5. 12 Pemilihan Strategi .....	57
Tabel 5. 13 Strategi Terpilih .....	58
Tabel 5. 14 Rincian Biaya Pengembangan Produk .....	59
Tabel 5. 15 Rincian Biaya Pengembangan Harga .....	59
Tabel 5. 16 Rincian Biaya Tempat Pemasaran Jasa .....	61
Tabel 5. 17 Rincian Biaya Promosi .....	63
Tabel 5. 18 Rincian Biaya Pengembangan Karyawan .....	64
Tabel 5. 19 Rincian Biaya Proses Bisnis .....	64
Tabel 5. 20 Rincian Biaya <i>Physical Evidence</i> .....	65
Tabel 5. 21 Total Anggaran .....	66
Tabel 5. 22 <i>Timeline</i> Kegiatan Pemasaran .....	68