

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN .....	ii
PERNYATAAN PERUSAHAAN .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Permasalahan.....	15
1.3 Tujuan Penelitian .....	15
1.4 Manfaat Penelitian .....	16
1.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	17
1.6 Sistematika Penulisan.....	17
BAB 2. KAJIAN TEORI .....	19
2.1 Definisi Pemasaran dan Manajemen Pemasaran .....	19
2.2 Bauran Pemasaran .....	21
2.3 Pengertian Saluran Distribusi.....	24

2.4	Cakupan Saluran Distribusi.....	26
2.4.1	Bentuk saluran distribusi.....	27
2.4.2	Cakupan Distribusi .....	28
2.4.3	Penyortiran .....	30
2.5	Fungsi Saluran Distribusi .....	31
2.6	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penentuan Saluan Distribusi .....	33
2.7	Pengertian Penjualan.....	37
2.8	Hubungan Saluran Distribusi Dengan Tingkat Penjualan .....	41
2.9	Tahapan Penyusunan Strategi.....	42
2.9.1	Analisis Eksternal .....	42
2.9.1.1	Analisis Lingkungan Makro (PESTEL).....	42
2.9.2	Analisis Internal .....	42
2.9.2.1	Analisis Posisi Diapers .....	43
2.9.2.2	Analisis Internal Fungsional Perusahaan.....	43
2.9.2.3	Matching Stage: TOWS Matrix .....	43
2.9.2.4	Decision Stage: Quantitative Strategic Planning (QSPM) Matrix .....	44
2.9.2.5	Tahap Implementasi Strategi.....	45
BAB 3.	KERANGKA ANALISIS.....	46
3.1	Kerangka Analisis .....	46
3.2	Kebutuhan Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	47

3.3	Jenis Riset .....	48
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	49
BAB 4.	ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL.....	50
4.1	Analisis Makro.....	50
4.1.1	Politik.....	50
4.1.2	Ekonomi.....	52
4.1.3	Sosial.....	53
4.1.4	Teknologi.....	54
4.1.5	Environment .....	56
4.1.6	Legal.....	57
4.2	Analisis Industri Popok Bayi.....	57
4.2.1	Definisi Industri Popok Bayi.....	57
4.2.2	Perkembangan Industri Popok Bayi .....	58
4.2.3	Total permintaan dan potensi pasar popok bayi .....	59
4.2.4	Siklus hidup produk popok bayi .....	60
4.2.4.1	Lollas popok bayi .....	60
4.2.4.2	Sweety .....	61
4.2.4.3	Popoku.....	62
4.2.4.4	Huggies.....	65
4.2.5	<i>Key Players</i> dalam Industri popok bayi.....	68

4.2.5.1	Key Players di Industri popok bayi dilihat dari kesadaran merek .....	68
4.2.5.2	<i>Key players</i> popok bayi Top 5 Brand pada outlet register lollas .....	70
4.2.5.3	<i>Key players</i> popok bayi tingkat kemudahan membeli popok bayi.....	70
4.2.6	<i>Strategic Groups</i> industri popok bayi.....	71
4.3	Analisis perilaku konsumen popok bayi .....	72
4.3.1	Kesadaran merek .....	72
4.3.2	Kriteria penting di industri popok bayi.....	73
4.3.3	Daya Beli Konsumen terhadap produk popok bayi.....	74
4.3.4	Jumlah (dalam rupiah) pembelian popok bayi selama 1 bulan .....	75
4.3.5	Lokasi pembelian popok bayi .....	76
4.4	Analisis distribusi pesaing .....	76
4.4.1	Sweety popok bayi .....	76
4.5	Peluang dan ancaman distribusi .....	78
4.5.1	Peluang .....	78
4.5.2	Ancaman .....	79
4.6	Kunci sukses faktor dalam saluran distribusi popok bayi .....	79
BAB 5.	ANALISIS INTERNAL .....	89
5.1	Analisis Posisi popok bayi.....	89
5.1.1	STP Lollas Popok bayi.....	90
5.1.2	Share Performance Matrix Lollas Popok bayi.....	91

5.2	Evaluasi Program Distribusi Lollas Popok bayi periode 2008 – 2011 .....	92
5.3	Competitive Profile Matrix (CPM).....	93
BAB 6.	FORMULASI SASARAN DAN ALTERNATIF STRATEGI DISTRIBUSI.....	102
6.1	Penetapan Sasaran .....	102
6.1.1	Analisa jumlah pendapatan Produk Lollas popok bayi .....	102
6.1.2	Analisa Trend pangsa pasar lollas.....	103
6.1.3	Sasaran Strategi Pada Tahun 2013 .....	106
6.1.4	Sasaran Strategi Pada Tahun 2014 .....	108
6.1.5	Sasaran Strategi pada Tahun 2015.....	109
6.2	Formulasi Strategi : TOWS Matrix .....	111
6.3	Pemilihan Strategi : <i>QSPM Matrix</i> .....	117
BAB 7.	IMPLEMENTASI STRATEGI .....	125
7.1	PEMBAHASAN DATA HASIL PENELITIAN .....	126
7.1.1	Distribusi.....	126
7.1.2	Saluran Distribusi .....	127
7.2	Rencana Kerja .....	130
7.2.1	Rencana kerja tahun 2013.....	132
7.2.2	Rencana kerja tahun 2014.....	132
7.2.3	Rencana kerja tahun 2015.....	133
DAFTAR PUSTAKA	.....	134

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Permintaan Popok Bayi Indonesia .....	2
Tabel 1.2 Market Volume & Value of Disposable Baby Diapers in Indonesia .....	3
Tabel 1.3 Total Kontribusi Industri Popok Bayi.....	3
Tabel 1.4 Data Pasar Modern Lollas Popok Bayi .....	8
Tabel 1.5 Daftar UMP tahun 2014.....	9
Tabel 3.1 Informasi yang dibutuhkan .....	48
Tabel 4.1 Total Permintaan Popok Bayi di Indonesia 2009-2012.....	59
Tabel 4.2 Pola Kunjungan Salesman .....	85
Tabel 4.3 Pangsa Pasar Outlet dicover salesman Lollas .....	86
Tabel 5.1 Competitive Profile Matrix Popok Bayi .....	98
Tabel 6.1 Peningkatan Penjualan Lollas .....	102
Tabel 6.2 Jumlah Pangsa Pasar Lollas .....	103
Tabel 6.3 Data Permintaan Popok Bayi Indonesia .....	105
Tabel 6.4 Matching Stage : TOWS MATRIX .....	115
Tabel 6.5 QSPM MATRIX .....	118

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Lokasi Pembelian Popok Bayi .....	7
Gambar 1.2 Jenis Outlet Wilayah Jakarta 1 tahun 2010-2011 .....	11
Gambar 1.3 Jumlah Outlet Lollas Popok Bayi Jakarta 2 tahun 2010-2011 .....	12
Gambar 1.4 Daftar Nama Tip top Supermarket Jakarta .....	13
Gambar 2.1 Marketing Mix Strategy .....	22
Gambar 2.2 TOWS MATRIX .....	44
Gambar 3.1 Kerangka Analisis.....	46
Gambar 4.1 Sistem Kerja GPS Traker .....	55
Gambar 4.2 Contoh Penggunaan GPS Tracker .....	56
Gambar 4.3 Contoh Penggunaan GPS Tracker .....	56
Gambar 4.4 Siklus Hidup Produk Lollas Popok Bayi.....	60
Gambar 4.5 Siklus Hidup Produk Sweety Popok Bayi .....	61
Gambar 4.6 Perubahan Kemasan Sweety Popok Bayi .....	61
Gambar 4.7 Iklan Sweety Popok Bayi .....	62
Gambar 4.8 Siklus Hidup Produk Popoku Popok Bayi .....	62
Gambar 4.9 Iklan Popoku Popok Bayi.....	63
Gambar 4.10 Kondisi Stock Outlet Lollas Popok Bayi.....	64
Gambar 4.11 Top 5 Brand Outlet register Popok Bayi .....	64
Gambar 4.12 Buffer Stocking Strategy.....	65
Gambar 4.13 Siklus Hidup Produk Huggies Popok Bayi.....	65
Gambar 4.14 Top 6 Brand Berdasarkan Tingkat Ketersediaan Barang .....	66
Gambar 4.15 Top 6 Brand Berdasarkan Tingkat Selling Out Lollas .....	66

Gambar 4.16 Kesadaran Merek Popok Bayi .....	68
Gambar 4.17 Top 5 Brand Outlet Teregister Lollas.....	69
Gambar 4.18 Key Players Industri Popok Bayi .....	70
Gambar 4.19 Strategic Groups Industri Popok Bayi.....	72
Gambar 4.20 Kesadaran Merek Popok Bayi .....	72
Gambar 4.21 Kriteria Penting dalam Industri Popok Bayi .....	73
Gambar 4.22 Daya Beli Konsumen terhadap Popok Bayi.....	74
Gambar 4.23 Jumlah Pembelian Popok Bayi selama 1 Bulan .....	75
Gambar 4.24 Lokasi Pembelian Popok Bayi .....	76
Gambar 4.25 Alasan Konsumen tidak Membeli Lollas .....	81
Gambar 4.26 Alasan Konsumen Membeli Lollas .....	82
Gambar 4.27 Alasan Konsumen Membeli Sweety .....	82
Gambar 4.28 Alasan Konsumen Membeli Popoku.....	83
Gambar 4.29 Perbandingan Stock Cover per Week dengan Kunjungan Salesman .....	86
Gambar 5.1 Strategic Groups Industri Popok Bayi.....	90
Gambar 5.2 Ketersediaan Popok Bayi di Outlet.....	91
Gambar 5.3 Pangsa Pasar Outlet Lollas .....	91
Gambar 5.4 Sistem Distribusi EPM.....	92
Gambar 5.5 Pangsa Pasar Outlet Lollas .....	94
Gambar 5.6 Ketersediaan Barang di Outlet Lollas .....	94
Gambar 5.7 Top 6 Brands Ketersediaan Barang di Outlet Lollas.....	95
Gambar 5.8 Kondisi Persediaan Outlet Lollas.....	95
Gambar 5.9 Selling Out Mapping Outlet Lollas .....	96



Gambar 5.10 Selling Out Popok Bayi di Outlet Lollas .....	97
Gambar 5.11 Jumlah Ketersediaan Popok Bayi di Outlet Lollas .....	100
Gambar 5.12 Stock Cover Popok Bayi di Outlet Per Minggu .....	101
Gambar 6.1 Trend Kenaikan Penjualan Lollas.....	103
Gambar 6.2 Trend Kenaikan Pangsa Pasar Lollas .....	104
Gambar 6.3 Proyeksi Tingkat Ketersediaan Lollas 2013-2015 .....	105
Gambar 6.4 Proyeksi Tingkat Kekosongan Barang 2013-2015 .....	106
Gambar 6.5 Proyeksi Tingkat Kekosongan Barang 2013-2015 .....	106