

## DAFTAR ISI

	Hal
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
PERNYATAAN PERUSAHAAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I     PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penulisan.....	5
1.4 Manfaat Penulisan.....	5
1.5 Ruang Lingkup.....	5
BAB II    TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 <i>Strategi Pemasaran</i> .....	6
2.1.1 <i>Current Situation Analysis</i> .....	7
2.1.2 <i>SWOT Analysis</i> .....	9
2.1.3 <i>Portfolio Analysis</i> .....	9
2.1.4 <i>Strategic Market Plan</i> .....	11
2.1.5 <i>Marketing Mix Strategy</i> .....	13
2.1.6 <i>Strategy Implementation</i> .....	15
2.2 <i>Engineered wood flooring</i> .....	16

BAB III	KERANGKA ANALISIS.....	19
	3.1 Kerangka Analisis Tesis.....	19
	3.2 Jenis Data.....	20
	3.3 Metode Penelitian.....	20
	3.3.1 <i>Depth Interview</i> .....	21
BAB IV	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	22
	4.1 Dharma Satya Nusantara .....	22
	4.2 PT. TKPI .....	23
	4.3 Divisi <i>Marketing and Sales</i> PT. TKPI.....	24
	4.4 Strategi Pemasaran Teka Parquet Tahun 2014.....	25
	4.5.1 <i>Product Strategy</i> .....	26
	4.5.2 <i>B2B Place Strategy</i> .....	29
	4.5.3 <i>Price Strategy</i> .....	30
	4.5.4 <i>Promotion Strategy</i> .....	30
	4.5 Strategi Pemasaran Teka parquet di RRC.....	31
BAB V	ANALISIS STRATEGI PEMASARAN.....	32
	5.1 <i>Situation Analysis</i> .....	32
	5.1.1 <i>Current Performance</i> .....	32
	5.1.2 <i>Competitive Position and Value</i> .....	37
	5.1.3 <i>Market Demand and Market Potential</i> .....	37
	5.1.4 <i>Competition and Industry</i> .....	44
	5.1.5 <i>Market share</i> .....	48
	5.1.5 <i>Customer Needs</i> .....	52
	5.2 <i>SWOT Analysis</i> .....	59
	5.3 <i>Portfolio Analysis</i> .....	62
	5.3.1 Pengukuran <i>Market Attractiveness (MA)</i> .....	62
	5.3.2 Pengukuran <i>Competitive Position (CP)</i> .....	68
	5.5 <i>Portfolio Strategies</i> .....	73

BAB VI	PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN.....	75
	6.1 <i>Strategic Market Plan</i> .....	75
	6.2 <i>Share Objective</i> .....	78
	6.3 <i>Marketing Mix Strategy</i> .....	80
	6.3.1 <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning Strategy</i> .....	80
	6.3.2 <i>Product Strategy</i> .....	83
	6.3.2 <i>Price Strategy</i> .....	84
	6.3.2 <i>Channel Strategy</i> .....	85
	6.3.2 <i>Communication Strategy</i> .....	85
	6.4 <i>Strategy Implementation Plan</i> .....	86
	6.4.1 <i>Product Implementation</i> .....	86
	6.4.2 <i>Price Implementation</i> .....	88
	6.4.2 <i>Channel Implementation</i> .....	89
	6.4.2 <i>Communication Implementation</i> .....	91
BAB VII	SIMPULAN DAN SARAN.....	92
	6.1 <i>Simpulan</i> .....	93
	6.2 <i>Saran</i> .....	94
	6.3 <i>Temuan penting</i> .....	96
	6.4 <i>Keterbatasan Penelitian</i> .....	96
	DAFTAR PUSTAKA.....	97
	LAMPIRAN.....	101

## DAFTAR TABEL

Tabel		Hal
1.1	Proporsi Penjualan Teka parquet di Berbagai negara Th 2013	3
5.1	<i>Income Statement</i> PT. TKPI 2010- 2012.....	33
5.2	Perkiraan <i>Marketing Contribution</i> Teka parquet di Pasar Cina..	35
5.3	Data Jumlah Penduduk Kota-kota yang Tersedia <i>Retail Outlet</i> Teka parquet.....	51
5.4	Demografi Penduduk Cina Tahun 2010 Berdasarkan Usia.....	53
5.5	Jumlah Rumah Tangga di Cina Berdasarkan tier Kota th 2013..	55
5.6	<i>Market Attractiveness</i> Teka parquet di Cina.....	63
5.7	<i>Competitive Position</i> Teka parquet di Cina.....	69
6.1	<i>Key Succes Factor Industri Engineered Wood Flooring di RRC</i>	77
6.2	<i>Improve Position Strategy</i> Terpilih.....	78
6.3	Gambaran Market Share Teka parquet di Cina tahun 2012 Terhadap Potensinya, Menggunakan Pendekatan Share performance Tree.....	79
6.4	<i>Target Segment</i> Produk Wood Flooring di Cina.....	81
6.5	<i>Brand dan Positioning Strategy</i> .....	82
6.6	<i>Brand dan Positioning Statement</i> .....	82
6.7	<i>Proposed Brand dan Maknanya</i> .....	83
6.8	<i>Product Strategy</i> .....	84
6.9	Perhitungan Harga Produk.....	88
6.10	Kota-kota yang Direkomendasikan untuk <i>Retail Outlet</i> Baru...	89
6.11	Implementasi <i>Communication Strategy</i> .....	91

## DAFTAR GAMBAR

Tabel		Hal
2.1	<i>Current situation analysis</i> .....	7
2.2	Pengukuran <i>market attractiveness</i> .....	10
2.3	Pengukuran <i>competitive position</i> .....	10
2.4	<i>Portfolio analysis</i> .....	11
2.5	<i>Strategic marketing plan</i> .....	12
2.6	Komponen <i>marketing mix strategy</i> .....	13
2.7	Klasifikasi produk kayu.....	17
2.8	Ilustrasi <i>engineered wood flooring</i> .....	17
2.9	Contoh produk <i>engineered wood flooring</i> .....	17
3.1	Kerangka analisis Tesis.....	19
4.1	Struktur organisasi PT. TKPI.....	23
4.2	Struktur organisasi Divisi <i>Marketing and Sales</i> PT. TKPI.....	24
4.3	Contoh aplikasi Teka parquet.....	27
4.4	Peta saluran distribusi Teka parquet.....	29
5.1	Kontribusi pasar Cina terhadap total revenue PT. TKPI.....	33
5.2	Penjualan PT. TKPI di pasar Cina Tahun 2011-2013.....	34
5.3	Tren penjualan Teka parquet di pasar Cina Tahun 2011-2013...	36
5.4	Penjualan <i>wood flooring</i> di Cina tahun 2011-2013 .....	38
5.5	Proporsi penjualan <i>flooring</i> di Cina tahun 2009 dan 2014 .....	40
5.6	Proporsi penjualan <i>wood flooring</i> di Cina tahun 2009 dan 2012	41
5.7	Proporsi dan pertumbuhan <i>floorspace</i> di Cina.....	42
5.8	Perbandingan market <i>demand</i> terhadap <i>market potential engineered wood flooring</i> tahun 2014.....	43
5.9	<i>Flooring</i> sebagai bagian dari bangunan.....	44
5.10	Jenis-jenis <i>flooring</i> , spesifik pada <i>wood flooring</i> .....	45

5.11	<i>Market share engineered wood flooring</i> di pasar Cina tahun 2009.....	49
5.12	Perolehan <i>market share</i> teka parquet di pasar Cina tahun 2012 dengan pendekatan <i>share performance tree</i> .....	50
5.13	Persebaran <i>middle class</i> (%) di Cina tahun 2012 dan proyeksi tahun 2022 berdasarkan tier kota.....	52
5.14	Pertumbuhan <i>GDP per capita</i> beberapa negara di dunia tahun 2000-2012.....	65
5.15	Portfolio strategies Teka parquet.....	73
6.1	Komponen-komponen penentu <i>cost-based pricing</i> .....	84
6.2	Gambaran peningkatan dan perluasan retail channel.....	90

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Hal
1	<i>Interview Guide</i> dan Resume Hasil <i>Interview</i>	101