

**MARKETING STRATEGY TO INCREASE REVENUE PRODUCT AFTER
MARKET FOR TIRE COMMODITIES THROUGH PROJECT ASSIGNMENT
BUSINESS CONSULTANT AT PT BINA PERTIWI**

By:

Hary Lubis Wibisono
12007076

BACHELOR'S DEGREE
in

INDUSTRIAL ENGINEERING
FACULTY OF ENGINEERING AND INFORMATION TECHNOLOGY



SWISS GERMAN UNIVERSITY
The Prominence Tower
Jalan Jalur Sutera Barat No. 15, Alam Sutera
Tangerang, Banten 15143 - Indonesia

Agustus 2022

STATEMENT BY THE AUTHOR

I hereby declare that this submission is my own work and to the best of my knowledge, it contains no material previously published or written by another person, nor material which to a substantial extent has been accepted for the award of any other degree or diploma at any educational institution, except where due acknowledgement is made in the thesis.

Hary Lubis Wibisono

Student

Date

Approved by:

Ivan Kurniawan, S.T., B.Eng., M.B.A.

Thesis Advisor

Date

Ir. Triarti Saraswati, M.Eng.

Thesis Co-Advisor

Date

Dr. Maulahikmah Galinium, S.Kom., M.Sc.

Dean

Date

ABSTRACT

MARKETING STRATEGY TO INCREASE PRODUCT AFTER MARKET FOR TIRE COMMODITIES THROUGH PROJECT ASSIGNMENT BUSINESS CONSULTANT AT PT BINA PERTIWI

By

Hary Lubis Wibisono

Ivan Kurniawan, S.T., B.Eng., MBA, Advisor

Ir. Triarti Saraswati, M.Eng, Co-Advisor

SWISS GERMAN UNIVERSITY

PT Bina Pertiwi is engaged in the trading of goods and services, where there are 5 sectors that are the focus and continue to be improved in achieving all company goals. The five sectors are Agriculture, Industry, Construction, Mining and Energy. The translation of the Vision & Mission as well as the company's strategy needs to be translated into a management system, namely the Balanced Scorecard. The background of this research is the decline in sales achievement from the previous few years, and this is the trigger for doing this research. The purpose of the research is how to find and recognize the decline that occurred, as well as determine the factors that affect the company, including the factors of strength, weakness, threats and opportunities, and determine the right marketing strategy related to the things above. The research methodology is to use Six Sigma DMAIC, SWOT Analysis, Porter's 5 Force, Fishbone Diagram, 5 Whys Analysis and also the Balanced Scorecard to determine the strategy that will be taken and applied in the field. The results of the research can be concluded that it is successful with the projected sales over the next year having increased compared to the previous year's period.

Keywords: Marketing Strategy, Strategy Map, Balance Scorecard, Project Assignment Program.

ABSTRAK

MARKETING STRATEGY TO INCREASE PRODUCT AFTER MARKET FOR TIRE COMMODITIES THROUGH PROJECT ASSIGNMENT BUSINESS CONSULTANT AT PT BINA PERTIWI

By

Hary Lubis Wibisono

Ivan Kurniawan, S.T., B.Eng., MBA, Advisor

Ir. Triarti Saraswati, M.Eng, Co-Advisor

SWISS GERMAN UNIVERSITY

PT Bina Pertiwi bergerak di bidang perdagangan barang dan jasa, dimana ada 5 sektor yang menjadi fokus dan terus ditingkatkan dalam mencapai semua tujuan perusahaan. Kelima sektor tersebut adalah Pertanian, Industri, Konstruksi, Pertambangan dan Energi. Dan seiring dengan naik turunnya bisnis berdasarkan faktor eksternal dan internal, serta keinginan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif dan sangat kompleks, maka perusahaan harus memiliki strategi yang harus sejalan dengan visinya. dan misi. Penjabaran Visi & Misi serta strategi perusahaan perlu diterjemahkan ke dalam suatu sistem manajemen yaitu Balanced Scorecard. Latar belakang dari penelitian ini adalah terjadinya penurunan atas pencapaian penjualan dari beberapa tahun sebelumnya, dan hal ini yang menjadi pemicu dilakukannya penelitian ini. Tujuan penelitian adalah bagaimana menemukan dan mengenali penurunan yang terjadi, serta mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan antara lain faktor kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang, serta menentukan strategi pemasaran yang tepat terkait dengan hal-hal di atas. Metodologi penelitian adalah menggunakan *Six Sigma DMAIC*, *SWOT Analysis*, *Porter's 5 Force*, *Fishbone Diagram*, *5 Whys Analysis* dan juga *Balance Scorecard* untuk menentukan strategi yang akan di ambil dan di aplikasikan dilapangan. Hasil penelitian bisa di

MARKETING STRATEGY TO INCREASE PRODUCT AFTER MARKET FOR TIRE COMMODITIES THROUGH
PROJECT ASSIGNMENT BUSINESS CONSULTANT AT PT BINA PERTIWI

simpulkan berhasil dimana proyeksi penjualan selama satu tahun mengalami kenaikan melebihi target yang dicanangkan..

Keywords: Marketing Strategy, Strategy Map, Balance Scorecard, Project Assignment Program.

© Copyright 2022
oleh Hary Lubis Wibisono
Hak cipta dilindungi

LEMBAR PERSEMBAHAN

Tesis ini saya dedikasikan untuk :

Keluarga tercinta yang selalu memberikan support dan doa terbaiknya untuk
kemajuan diri saya.

Keluarga (Aprilia, Maska, Maritza, Maher).

Orang tua (Mama & Alm. Papa – Ibu & Alm. Bapak)

Saudara-saudara (Willy, Lia, Ita, Ayu, Eko, Fajar)

Dan juga tidak lupa juga teman-teman BP & UT Banjarmasin

Bina Pertiwi (Sarlin, Radit, Mada, Opick)

United Tractors (Andi & Eko)

PENGHARGAAN

Terima kasih penulis ucapkan kepada para dosen pembimbing.

Pak Awibowo, sebagai pembimbing awal dimana dalam memulai sesuatu adalah sangat berat, tapi dengan pendekatan beliau, hal yang penulis rasakan menjadi lebih ringan dalam memulai nya.

Kak Ivan, sebagai pembimbing pengganti yang sudah dan mau memberikan kesempatan pada momen-momen terakhir, dimana rasa malas sudah melanda, tapi beliau dengan sabar berusaha memahami, membantu dan mengarahkan agar tesis yang penulis buat terselesaikan dengan baik.

Bu Triarti, juga sebagai pembimbing pengganti, di saat terakhir masih memberikan arahan dan petunjuk, serta memberikan pemahaman bahwa alur penulisan harus berurutan dan benar, agar orang lain yang membaca dapat mengerti pesan yang disampaikan penulis.

Mbak Anis, terima kasih atas bantuan selama ini, memberikan informasi dan sebagai jembatan antara mahasiswa dan universitas, serta memastikan bahwa kami sebagai mahasiswa tidak akan tertinggal informasi penting dari universitas.

Terima kasih juga pastinya penulis ucapkan kepada Istri tercinta dan anak-anak ku tersayang yang selalu mendukung dan mengingatkan agenda perkuliahan dan bimbingan, serta pengertian dan kesempatan sampai penulis benar-benar menyelesaikan tesis ini dan perkuliahan secara keseluruhan.

DAFTAR ISI

	Hal
LEMBAR PERSEMBAHAN	7
PENGHARGAAN	8
DAFTAR ISI	9
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR TABEL	12
BAB 1 – PENDAHULUAN	13
1.1 Latar Belakang	13
1.2 Perumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.5 Pertanyaan Penelitian	15
1.6 Struktur Organisasi Tesis	15
BAB 2 - KAJIAN PUSTAKA	17
2.1 Pemasaran	17
2.3 <i>Porter's 5 Force Analysis</i>	27
2.4 <i>Root Cause Analysis</i>	29
2.5 <i>Balance Scorecard</i>	30
2.6 <i>Six Sigma</i>	31
2.7 Penelitian Terdahulu	43
BAB 3 - METODE PENELITIAN	45
BAB 4 - PAPARAN DATA DAN DISKUSI	49
4.1 Profil Perusahaan	49
4.2 <i>Six Sigma DMAIC</i>	56
BAB 5 - KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	82
GLOSARIUM	83
DAFTAR PUSTAKA	84
CURRICULUM VITAE	86

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 2. 1 Template SWOT Analysis.....	24
Gambar 2. 2 Template Matrix SWOT.....	26
Gambar 2. 3 Five Whys Root Cause Analysis Template	30
Gambar 2. 4 VOC menjadi CTQ model Kano.....	37
Gambar 2. 5 Menterjemahkan Voice of customers menjadi Critical to quality	38
Gambar 3. 1 Diagram Flowchart Proses Penelitian	46
Gambar 4. 1 Logo PT Bina Pertiwi	51
Gambar 4. 2 Bagan Struktur Organisasi PT Bina Pertiwi Cabang Banjarmasin	52
Gambar 4. 3 Data Penjualan 5 Tahun - Total Bisnis	56
Gambar 4. 4 Data Penjualan Produk Ban	59
Gambar 4. 5 Data SWOT Analysis	61
Gambar 4. 6 Matrix SWOT Analysis	63
Gambar 4. 7 Porter's 5 Force Analysis.....	66
Gambar 4. 8 Fishbone Diagram Analysis	67
Gambar 4. 9 Five Whys Analysis "Cakupan Tenaga Penjual Tidak Maksimal"	70
Gambar 4. 10 Five Whys Analysis "Pemahaman Product Knowledge Rendah"	71
Gambar 4. 11 Five Whys Analysis "Belum Ada Pemetaan Target Pasar"	72
Gambar 4. 12 Strategy Map	73
Gambar 4. 13 Time Frame Project Assignment	76
Gambar 4. 14 Project Charter Business Consultant.....	78

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 4.1 Data penjualan 5 tahun berdasarkan 5 bisnis	58
Tabel 4.2 Data kontribusi penjualan 5 tahun <i>After Market Parts</i>	59
Tabel 4.3 <i>Fishbone Diagram</i> Tren Penjualan Menurun.....	69
Tabel 4.4 <i>Listing Project Charter BC 2022</i>	79