

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
PINK QUEEN STORE**

TUGAS AKHIR

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Ahli Madya Pada Jurusan Manajemen Pemasaran
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh :

**SOPI FAUZIA
NIM : 2432000266**



**PROGRAM DIPLOMA III
JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2023**



JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
PINK QUEEN STORE**

Oleh:

Nama : SOPI FAUZIA
NIM : 2432000266
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 21 Agustus 2023

Dosen Pembimbing,

Mega Indah Edityawati, S.E., MM

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran

Dian Rusmana, S.E.

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, S.H



JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Tugas Akhir Berjudul

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
PINK QUEEN STORE**

Oleh:

Nama : SOPI FAUZIA
NIM : 2432000266
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Tugas Akhir, pada :

Hari : Senin
Tanggal : 21 Agustus 2023
Waktu : 13.00 – 14.00

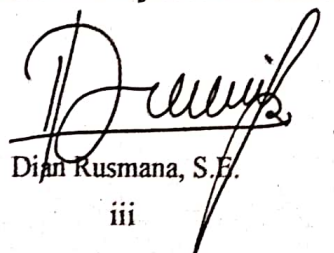
DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Tugas Akhir

Ketua : Sugiharto, SH., MM (.....)

Anggota : Gena Prasetya Noor, SH., MM (.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran


Dian Rusmana, S.E.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SOPI FAUZIA

NIM : 2432000266

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Nomor KTP : 3201176006020004

Alamat : Kp. Babakan pamijahan Rt. 03/02 Ds. Pamijahan
Kec. Pamijahan Kab, Bogor Kode Pos 16810

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran *Pink Queen Store* ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 21 Agustus 2023

SOPI FAUZIA

ABSTRAK

SOPI FAUZIA. NIM 2432000266. Analisis Straregi Pemasaran PinkQueen Store.

Bisnis retail mengalami perkembangan yang cukup pesat, khususnya di Indonesia, hal ini ditandai dengan makin banyaknya bisnis retail tradisional yang melakukan berbagai inovasi menjadi bisnis retail modern, maupun bisnis retail modern yang baru lahir. Salah satunya, Pink Queen bisnis retail dengan menjual berbagai Kosmetik dan *Skincare*. Promosi yang dilakukan oleh Pink Queen hanya mengandalkan promosi secara *offline*, di era teknologi yang hampir semua aktivitas dilakukan secara *online*, termasuk mencari tau informasi mengenai produk atau barang. Semua ini mengakibatkan ketidak stabilan pemasukan.

Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki serta peluang dan ancaman yang dihadapi Pink Queen juga menganalisis strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh Pink Queen. Adapun metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, Threats*).

Hasil analisis SWOT dapat diketahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang harus dihadapi oleh Pink Queen. Kekuatan yang dimiliki oleh Pink Queen adalah memiliki harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen, *brand* dikenal oleh para konsumen, pelayanan menjadi prioritas utama, kualitas pelayanan yang diterapkan cukup baik, banyaknya produk yang lebih modern, kecepatan pekerja dalam melayani konsumen dan lokasi toko yang strategis dengan tata letak layout. Kelemahannya adalah Inovasi usaha dapat ditiru pesaing, persaingan promosi dengan toko sejenis lainnya, promosi yang digunakan masih secara *offline*, Pink Queen belum memiliki toko *online* dan tidak memiliki bangunan/ gedung toko sendiri. Peluangnya adalah pertumbuhan dan perkembangan dunia Kosmetik dan *Skincare*, tidak ada kompotitor, daya tarik yang kuat dihari tertentu, gaya hidup pembeli yang modern, sasaran pemasaran menggunakan jangka panjang dan pendek, perkembangan teknologi yang semakin pesat. Ancamannya adalah kecanggihan alat promosi ditempat pesaing, banyaknya toko sejenis yang menawarkan harga lebih terjangkau, munculnya pesaing baru yang potensial, lokasi pesaing berdekatan, faktor ekonomi konsumen yang tidak stabil, meningkatnya produk yang tersedia yang dimiliki oleh pesaing.

Kata kunci : Analisis Strategi pemasaran, Pink Queen Store, SWOT.

ABSTRACT

SOPI FAUZIA. NIM 2432000266. Pink Queen Store Marketing Strategy Analysis.

The retail business is experiencing quite rapid development, especially in Indonesia, this is indicated by the increasing number of traditional retail businesses that are carrying out various innovations to become modern retail businesses, as well as modern retail businesses that have just been born. One of them, Pink Queen retail business by selling various Cosmetics and Skincare. Promotions carried out by Pink Queen only rely on online promotions offline, in the technological era where almost all activities are carried out online, including finding out information about products or goods. All of this resulted in income instability.

The purpose of this study is to identify the strengths and weaknesses as well as the opportunities and threats faced by the Pink Queen as well as to analyze the marketing strategies that can be carried out by the Pink Queen. The research method in this study is a qualitative descriptive method using SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunities, Threats).

The results of the SWOT analysis can identify the strengths, weaknesses, opportunities and threats that must be faced by the Pink Queen. The strength possessed by the Pink Queen is to have a price that is in accordance with the ability of consumers, brand known by consumers, service is a top priority, the quality of service that is implemented is quite good, the number of products that are more modern, the speed of workers in serving consumers and strategic store locations with layout layouts. The weakness is that business innovation can be imitated by competitors, promotional competition with other similar stores, promotions that are used are still ongoing offline, Pink Queen doesn't have a shop yet online and do not have their own building/shop building. The opportunity is the growth and development of the world of Cosmetics and Skincare, no competitors, strong appeal on certain days, modern buyer lifestyle, long and short term marketing targets, rapid technological developments. The threat is the sophistication of promotional tools at competitors' places, the number of similar stores that offer more affordable prices, the emergence of new potential competitors, the location of competitors close together, unstable consumer economic factors, the increase in available products owned by competitors.

Keywords: Marketing Strategy Analysis, Pink Queen Store, SWOT.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan Tugas Akhir ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran *Pink Queen Store*” ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Ahli Madya pada Jurusan program Diploma III di jurusan Manajemen Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang kepada:

1. Bapak H. Nurdin Rifa’i, SE., M.Sc., M.AP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Bapak Dr. Ahmad Subagyo, CRBD, CSA, CRP selaku Ketua Senat Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Bapak EkoWahyu Widayat, S.Si, S.E., MM selaku Wakil Ketua I Bidang Akademik yang telah mengorganisasikan kegiatan akademik kampus dengan baik.
5. Bapak Intan Idianto, S.E., MM selaku Wakil Ketua II.
6. Bapak Aldi Friyatna Dira, S.E., MM selaku Wakil Ketua III.
7. Bapak Dian Rusmana S.E selaku Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
8. Ibu Mega Indah Edityawati, S.E., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun Tugas Akhir ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
9. Ibu Tami Sucirat Cristiningsih, S.E., selaku ketua BAAK Sekolah Tinggi Ilmu

Ekonomi GICI Bogor yang selama ini membantu dalam pengurusan mata kuliah serta tugas akhir ini.

10. Ayahanda Acang tercinta, Ibunda Aas tercinta serta kakak tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan Tugas Akhir ini dengan baik.
11. Ibu Fitri Kurniasih selaku Owner Pink Queen yang telah mengizinkan penulis untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
12. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2020 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama tiga tahun dengan penuh suka cita.
13. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Tugas Akhir ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amiin.

Depok, 21 Agustus 2023

Penulis,

SOPI FAUZIA

NIM: 2432000266

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR SIDANG	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTARCT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
 BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Perumusan Masalah	5
1.5. Tujuan Penelitian	5
1.6. Manfaat Penelitian	5
1.7. Sistematika Penulisan	5
 BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Pengertian Manajemen	7
2.1.2. Pengertian Pemasaran	7
2.1.3. Strategi Pemasaran	8
2.1.4. Pengertian Analisis SWOT	13
2.1.5. Matriks SWOT	14
2.2. Penelitian Terdahulu	16
2.3. Kerangka Pemikiran	19
 BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu	21
3.2. Jenis Penelitian	21
3.3. Jenis data	22
3.4. Teknik Pengumpulan Data	22
3.5. Metode Analisis Data	23

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Usaha/Bisnis	26
4.1.1 Sejarah Berdirinya Pink Queen Store	26
4.1.2 Struktur Organisasi	27
4.2 Hasil Pembahasan	27
4.2.1 Analisis Internal	27
4.2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	28
4.2.3 <i>Segmentasi, Targeting, Positioning</i>	30
4.3 Analisis Eksternal	32
4.4 Analisis SWOT	33
4.4.1 Kekuatan	33
4.4.2 Kelemahan	35
4.4.3 Peluang	35
4.4.4 Ancaman	37
4.5 Matriks SWOT	38
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	46
5.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	48

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Kompetitor Pink Queen Store di Mall BTM	3
Tabel 1.2	Penjualan Pink Queen Store selama 6 bulan terakhir.....	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1	Rencana Penelitian.....	21
Tabel 3.2	Tahapan Analisis SWOT	25
Tabel 4.5	Matriks SWOT	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Matriks SWOT	15
Gambar 2.2	Kerangka Konseptual	20
Gambar 4.1	Logo Pink Queen	26
Gambar 4.2	Susunan Organisasi	27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Keterangan	49
Lampiran 2	Daftar Riwayat Hidup	50
Lampiran 3	Kartu Bimbingan	51
Lampiran 4	Transkrip Hasil Wawancara	52
Lampiran 5	Dokumentasi	55
Lampiran 6	Kuesioner Penelitian	56