

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ixx
INTISARI	x
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Lingkup Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN TERDAHULU.....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Strategi Pemasaran	8
2.1.2 Bisnis Ritel	9
2.1.3 Fungsi Pedagang Eceran.....	10
2.1.4 Jenis-jenis Pedagang Eceran.....	10
2.1.5 Media <i>Online</i>	11
2.1.6 Analisis Industri dengan <i>Porter's Five Forces Model</i> (FFP).....	12
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	15
2.3 Kerangka Penelitian	15
BAB III METODA PENELITIAN	17
3.1 Desain Penelitian.....	17
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	18

3.3 Partisipan	18
3.4 Instrumen Penelitian.....	19
3.5 Metoda Analisis Data	19
3.5.1 Analisis Deskriptif	19
3.5.2 Analisis PEST	20
3.5.3 Analisis <i>Porter's Five Forces Model</i>	20
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	22
4.1. Deskripsi Data	22
4.2. Penjualan Ritel Industri Pupuk di Indonesia	23
4.2.1 Kondisi Umum Industri Pupuk	23
4.3 Analisis PEST Industri Pupuk Indonesia	57
4.3.1 Politik	24
4.3.2 Ekonomi	25
4.3.3 Sosial	26
4.3.4 Faktor Teknologi.....	27
4.4 Analisis Industri Pupuk Dari Pendekatan <i>Porter's Five Forces Model</i> (<i>FFP</i>)	28
4.4.1 Ancaman pendatang baru.....	29
4.4.2 Ancaman produk pengganti	31
4.4.3 Daya Tawar Konsumen	32
4.4.4 Daya Tawar Pemasok	33
4.4.5 Ancaman Pesaing	34
4.5 Analisis SWOT	34
4.5.1 Faktor Internal	40
4.5.2 Faktor Eksternal	46
4.6 <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> Penjualan Ritel PT Pupuk Kaltim ...	56
4.6.1 Segmentasi Penjualan Ritel PT Pupuk Kalimantan Timur	57
4.6.2 <i>Targeting</i> Penjualan Ritel PT Pupuk Kalimantan Timur	57
4.6.3 <i>Positioning</i> Penjualan Ritel PT Pupuk Kalimantan Timur	57
4.7 <i>Marketing Mix</i>	58
BAB V KESIMPULAN	60



5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Implikasi.....	59
5.3 Keterbatasan	60
5.4 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbandingan Harga Gas Dan Kapasitas Produksi.....	2
Tabel 1.2	Perbandingan Harga Gas Dan Harga Jual Tahun 2017.....	3
Tabel 3.1	Partisipan Penelitian.....	19
Tabel 4.1	Partisipan Penelitian.....	22
Tabel 4.2	Realisasi Penjualan Pupuk Subsidi 2018 (Ton).....	24
Tabel 4.3	Matriks Strategi Dengan Analisis PT Pupuk Kaltim	35
Tabel 4.4	<i>Partner</i> dan <i>Store Go</i> Pupuk Kelas Menengah.....	42
Tabel 4.5	<i>Partner</i> dan <i>Store Go</i> Pupuk yang tidak aktif	42
Tabel 4.6	Analisis SWOT Matriks (IFAS) Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Ritel PT Pupuk Kalimantan Timur	43
Tabel 4.7	Tabel Hasil Perhitungan <i>Rating</i>	49
Tabel 4.8	Penentuan Target Penjualan Ritel.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Lini produksi dan distribusi PT Pupuk Kaltim	2
Gambar 1.2	Proyeksi <i>Volume</i> Ekspor Tiongkok (CRU, 2017).....	3
Gambar 2.1	Kerangka Penelitian.....	16
Gambar 3.1	Matriks IE (Umar, 2008).....	18
Gambar 4.1	Penjualan Ritel PT Pupuk Kalimantan Timur.....	23
Gambar 4.2	Rasio Jumlah Ketenagakerjaan	27
Gambar 4.3	Pengembangan Pemasaran Go Pupuk	27
Gambar 4.4	Porter's <i>Five Competitive Forces</i>	29
Gambar 4.5	Grafik Tren Data Impor Pupuk di Indonesia.....	30
Gambar 4.6	Posisi Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Ritel PT Pupuk Kalimantan Timur	51
Gambar 4.7	Segmentasi Penjualan Ritel Skema Demplot.....	57