

**ANALISA STRATEGI PEMASARAN PADA HONORE
BOUTIQUE DI PT. SYIRKAH INSANIAL KASBU JAKARTA**

**HANIEF KURNIADI BUDIKUSUMA
8223128290**



**Karya Ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan
mendapatkan Gelar Ahli Madya Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2017**

***MARKETING STRATEGY ANALYSIS OF HONORE BOUTIQUE
IN PT. SYIRKAH INSANIAL KASBU JAKARTA***

**HANIEF KURNIADI BUSIKUSUMA
8223128290**



***This Scientific Paper Prepared To Meet One Degree Requiriments Asociate
Expert Getting By Faculty Of Economics, State University Of Jakarta***

***STUDY PROGRAM MARKETING MANAGEMENT DIII
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2017***

ABSTRAK

HANIEF KURNIADI BUDIKUSUMA. 2016. 8223128190. Analisis SWOT strategi pemasaran pada Honore Boutique. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mendeskripsikan kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threat*) pada strategi pemasaran yang dilakukan oleh Honore Boutique.

Berdasarkan hasil penulisan dapat diketahui bahwa pada bauran pemasaran Honore Boutique memiliki keunggulan dibandingkan dengan pesaing lainnya dalam bidang *fashion* salah satunya pada harga yang diterapkan.

Kata kunci : Honore Boutique, SWOT, Harga, *fashion*

ABSTRACT

HANIEF KURNIADI BUDIKUSUMA. 2016. 8223128290. Marketing Strategy Analysis of Honore Boutique with SWOT Analysis. Study Program, Diploma in Marketing Management. Department of Management. Faculty of Economics. State University of Jakarta.

This paper aims to describe Strength, Weakness, Opportunity and Threat of marketing strategy in Honore Boutique.

Based on the results of the research it can be seen that marketing strategy Honore Boutique has several major advantages compared on in every sector than rivals in fashion market trading. especially on price factor..

Keywords: Honore Boutique, SWOT, price, fashion



Building
Future
Leaders

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285
Laman: www.unj.ac.id/fe



ISO 9001:2008 CERTIFIED
CERTIFICATE NO
IAS/INA/3449

SURAT PERSETUJUAN SIDANG KI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama : Dra. Sholikhah, M.M
2. NIP : 196206231990032001
3. Tanda tangan :

Memberikan Persetujuan kepada Mahasiswa dibawah ini :

1. Nama : HANIEF KURNIADI BUDIKUSUMA
2. No. Registrasi : 8223128290
3. Program Studi : D3 MANAJEMEN PEMASARAN
4. Judul : ANALISA STRATEGI PEMASARAN
PADA HONORE BOUTIQUE DI
PT. SYIRKAH INSANIAL KASBU JAKARTA

Untuk Mengikuti/~~Tidak mengikuti~~* Sidang KI pada tanggal.....

Mengetahui
Kaprodi D3 Manajemen Pemasaran FE UNJ

Dra. Umi Mardiyati, M.Si
NIP.195702211985032002

Jakarta, 31-1-17
Mahasiswa Ybs,




HANIEF K. BUDIKUSUMA
No.Reg : 8223128290

LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi - Universitas Negeri Jakarta



Dr. Dedi Purwana E.S., M.Bus.
NIP.196712071992031001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		
<u>Dra. Umi Mardiyati, M.Si.</u> NIP.195702211985032002		<u>07-02-17</u>
Penguji Ahli		
<u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 196301191992032001		<u>07-02-17</u>
Dosen Pembimbing		
<u>Dra. Sholikhah, M.M</u> NIP. 196206231990032001		<u>07-02-17</u>

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa Atas segala berkat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah yang merupakan syarat kelulusan di Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis berterimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian Karya Ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dra. Solikhah, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis sejak awal penulisan.
2. Dr. Dedi Purwana ES,M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dra. Umi Mardiyati, M.Si selaku Koordinator Diploma III Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Ayah, Ibu, adik saya, serta keluarga besar yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan.
5. Seluruh pihak Honore Boutiqe yang telah membantu penulis dalam melaksanakan penulisan.

6. Seluruh kerabat dan teman-teman Prodi Diploma III yang tidak disebutkan namanya ini yang telah membantu penulis menyelesaikan karya ilmiah ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penyusunan Karya Ilmiah ini, oleh karena itu Penulis juga mengharapkan berbagai kritik dan saran yang membangun dari pembaca sehingga dapat menambah mutu Karya Ilmiah ini.

Jakarta, 20 Januari 2017

Penulis