



Universitas Katolik Parahyangan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Rancangan Strategi Pengembangan Pasar DK Outdoor ke  
Kota Bogor

Skripsi  
Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh  
Edbert William  
2016320090

Bandung  
2021



Universitas Katolik Parahyangan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Rancangan Strategi Pengembangan Pasar DK Outdoor ke

Kota Bogor

Skripsi

Oleh

Edbert William

2016320090

Pembimbing

Yoke Pribadi Kornarius, S.Ab., M.Si.

Bandung

2021

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis



Tanda Persetujuan Skripsi

Nama : Edbert William  
Nomor Pokok : 2016320090  
Judul : Strategi Market Development untuk Pangsa Pasar kota Bogor

Menyetujui untuk diajukan pada  
Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Bandung, 14 Januari 2021

Pembimbing,

14 Januari 2021

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis

14 Januari 2021

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis



Tanda Persetujuan Skripsi

Nama Edbert William  
Nomor Pokok 2016320G90  
Judul . Strategi Market Development untuk Pangsa Pasar kota  
Bogor

Menyetujui untuk diajukan pada  
(Jjian Sidang jenjang Sarjana  
Bandung. 14 Januari 2021

Pembimbing,

  
14 Januari 2021

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Sr

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Administrasi Bisnis

  
14 Januari 2021

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Edbert William

NPM 2016320090

Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip dan ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 15 Januari 2021



Edbert William

## ABSTRAK

Nama : Edbert William  
NPM : 2016320090  
Judul : Rancangan Strategi Pengembangan Pasar DK  
Outdoor ke Kota Bogor

---

Berkembangnya *trend* hidup sehat semakin meningkat dewasa ini, hal tersebut dikarenakan banyak dari konsumen yang semakin sadar akan pentingnya hidup sehat. Dengan begitu, tren untuk berolahraga pun kian meningkat. Hal tersebut menjadi peluang untuk DK Outdoor untuk membuat pakaian olahraga untuk aktivitas di luar ruangan. Dengan menggunakan teknologi terbaru dan desain dengan berbagai macam varian, DK Outdoor tentunya ingin mengembangkan pasar dalam negeri maupun luar negeri.

Peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan metode studi kasus. Pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan metode kuesioner dan metode observasi. Peneliti menggunakan analisis SWOT untuk melihat faktor internal dan eksternal dalam melakukan analisis. Data yang diperoleh melalui kuesioner dan observasi akan dianalisis menggunakan SWOT analisis yang nantinya akan diterapkan menjadi inovasi yang berguna bagi perusahaan.

Adapun strategi pengembangan pasar yang akan dipakai adalah dengan meningkatkan pemasaran melalui online dengan mengedepankan faktor-faktor yang dapat meningkatkan penjualan untuk DK Outdoor. Peneliti berharap dapat berguna dan efektif dengan menonjolkan faktor-faktor seperti desain dan varian produk baju olahraga lengan pendek.

**Kata kunci: aspek internal, aspek eksternal, matriks SWOT**

## **ABSTRACT**

Nama : Edbert William  
NPM : 2016320090  
Judul : Market Development Strategy Planning for DK  
Outdoor in Bogor City

---

*The development of healthy living trends is increasing today, this is because many consumers are increasingly aware of the importance of healthy living. That way, the trend to exercise is also increasing. This is an opportunity for DK Outdoor to make sportswear for outdoor activities. By using the latest technology and designs with various variants, DK Outdoor certainly wants to develop both domestic and foreign markets.*

*Researchers use descriptive research using the case study method. The data collection used is by using questionnaires and observation methods. Researchers used a SWOT analysis to see internal and external factors in conducting the analysis. Data obtained through questionnaires and observations will be analyzed using SWOT analysis which will later be applied into useful innovations for the company.*

*The market development strategy that will be used is to increase online marketing by prioritizing factors that can increase sales for DK Outdoor. Researchers hope that it can be useful and effective by highlighting factors such as the design and product variants of short sleeve sportswear.*

***Keywords: internal aspect, eksternal aspect, SWOT matrix***

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Rancangan Strategi Pengembangan Pasar DK Outdoor ke Kota Bogor”. Adapun maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mengikuti sidang skripsi, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Selama penelitian dan penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan yang penulis alami, namun berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis beranggapan bahwa skripsi ini merupakan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus. Terima kasih Tuhan karena selalu menyertai dan menguatkan peneliti sehingga dalam perjalannya penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua. Ayah saya, Djen Himawan dan Ibu saya, Hani Lindawati S. Untuk ayah dan ibu terima kasih atas segala dukungan yang telah diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan Pendidikan sarjana ini.
3. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.Ab., M.Si. sebagai pembimbing dalam skripsi yang telah meluangkan waktu dan ilmunya dan membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.Ab., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis dan seluruh dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas ilmu dan pengalaman yang bermanfaat selama saya berkuliah di UNPAR.



5. Seluruh staf FISIP Unpar, staf administrasi, keuangan, akademik dan staf perpustakaan yang telah membantu saya dalam mengurus administrasi perkuliahan.
6. Seluruh sahabat terkasih, Terima kasih kepada seluruh sahabat sesama angkatan 2016 UNPAR yang telah bersama-sama berjuang selama 4 tahun ini, sahabat *hangout* dan diskusi (Herbet, Aryo, Hanna, Karin, Lea, Alvin) yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Pacar saya Cynthia Noviani, terima kasih karena telah mendukung dan selalu memberikan semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Tim Bapak Yoke Karin, Dian, Choiriyah yang telah bersama-sama berjuang selama menghadapi bimbingan sampai akhirnya skripsi ini terselesaikan.
9. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu-satu. Terima kasih banyak untuk seluruh pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dari awal proses penyusunan hingga akhir. Saya ucapkan terima kasih atas segala dukungan dalam berbagai bentuk. Mohon maaf jika terjadi kesalahan baik ucapan maupun tindakan yang tidak berkenan.

Tetapi peneliti menyadari bahwa tidak tertutup kemungkinan didalamnya terdapat kekurangan-kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Bandung, 15 Januari 2021

Peneliti,

Edbert William

## Daftar Isi

ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
Daftar Isi .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Definisi Strategi .....	5
2.2 Tingkatan Strategi .....	6
2.3 Strategi Bersaing.....	6
2.3.1 Tiga Strategi Bersaing Generik .....	7
2.4 Manajemen Strategi .....	8
2.5 Market Development Strategy .....	9
2.6 Teori STP (Segmenting, Targeting, Positioning).....	9
2.6.1 Teori Segmenting .....	10
2.6.2 Teori Targeting .....	12
2.6.3 Teori Positioning.....	13
2.7 MATRIKS SWOT .....	13
2.7.1 Elemen-elemen SWOT .....	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	16
3.1 Jenis Penelitian .....	16
3.2 Metode Penelitian.....	16
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	17
3.3.1 Teknik Observasi.....	17
3.3.2 Teknik Kuesioner.....	17
3.4 Sumber Data .....	18

3.4.1 Data Primer.....	18
3.5 Teknik Analisa Data .....	18
3.6 Operasionalisasi Variabel.....	19
4.1 Sejarah Perusahaan.....	20
4.2 Profil Perusahaan.....	21
4.2.1 Logo Perusahaan.....	22
4.2.2 Lokasi .....	22
4.3 Penawaran Perusahaan .....	22
4.3.1 Produk.....	23
<b>BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>28</b>
5.1 Perbandingan Tabel Kota Bandung dan Kota Bogor .....	28
5.1.1 Perbandingan Faktor Beli Pakaian di Kota Bandung dan Kota Bogor .....	28
5.1.2 Perbandingan Sumber Informasi untuk Pembelian di Kota Bogor dan Kota Bandung .....	29
5.1.3 Perbandingan Pernah Melihat Iklan DK Outdoor di Kota Bogor dan Kota Bandung .....	31
5.2 Analisis SWOT .....	34
5.2.1 Strategi SO .....	36
5.2.2 Strategi ST.....	36
5.2.3 Strategi WO .....	36
5.2.4 Strategi WT.....	36
5.3 Strategi STP (Segmenting, Targeting, Positioning) .....	37
5.4 Penerapan Strategi.....	39
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>40</b>
6.1 Kesimpulan .....	40
6.2 Saran .....	41
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>42</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>44</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 5.1 Faktor Beli Pakaian kota Bogor.....	28
Tabel 5.2 Faktor Beli Pakaian kota Bandung .....	29
Tabel 5.3 Sumber Informasi untuk Pembelian Bogor .....	30
Tabel 5.4 Sumber Informasi untuk Pembelian Bandung.....	30
Tabel 5.5 Pernah Melihat Iklan/Promosi DK Outdoor Bogor.....	31
Tabel 5.6 Pernah Melihat Iklan/Promosi DK Outdoor Bandung .....	31
Tabel 5.7 Preferensi Design pakaian Olahraga Bogor.....	32
Tabel 5.8 Preferensi Design pakaian Olahraga Bandung .....	32
Tabel 5.9 Olahraga yang disukai Bogor .....	33
Tabel 5.10 Olahraga yang disukai Bandung.....	33
Table 5.11 Analisa Matriks SWOT DK Outdoor.....	35

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	22
Gambar 4.2 Baju Olahraga Outdoor Pria .....	23
Gambar 4.3 Baju Olahraga Outdoor Wanita.....	23
Gambar 4.4 Jaket Outdoor.....	24
Gambar 4.5 Baju dengan design Double-Side .....	24
Gambar 4.6 Baju Outdoor Memancing.....	25
Gambar 4.7 Baju Outdoor Sepeda.....	25
Gambar 4.8 Celana Outdoor.....	26
Gambar 4.9 Produk Arm Sleeve.....	26
Gambar 4.10 Produk Buff .....	27
Gambar 4.11 Produk Benang Pancing .....	27

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Hidup sehat adalah hidup yang bebas dari semua masalah rohani (mental) ataupun masalah jasmani (fisik). Hidup sehat dapat juga diartikan sebagai seseorang yang hidup sehat secara fisik dan psikis tanpa ada masalah kesehatan sedikitpun. Seakan sudah menjadi tren di zaman sekarang, hidup sehat menjadi sebuah hal penting yang harus dilakukan. Sebab memiliki tubuh yang sehat tentunya harus diawali dengan hidup sehat dan bersih sehingga tubuh kita akan terbebas dari penyakit. Perlu diketahui juga bahwa banyak penyakit yang disebabkan oleh gaya hidup yang tidak sehat.

Saat ini masih banyak orang yang belum sadar akan betapa pentingnya hidup sehat untuk kehidupan sehari-hari. Hidup sehat bisa dimulai dari diri sendiri dengan mengurangi kebiasaan yang tidak baik untuk kesehatan. Ada banyak cara untuk kita dapat hidup sehat seperti misalnya dengan makan makanan yang bergizi, berolahraga yang cukup agar dapat meningkatkan kekebalan tubuh, menguatkan tubuh dan juga mengatur pernapasan.

Ketika akan melakukan olahraga, kita tidak hanya butuh mempersiapkan performa fisik saja seperti kondisi kesehatan yang memadai, makan dan minum yang cukup sebelum olahraga dan sebagainya. Salah satu hal pendukung lainnya yang memiliki peranan sangat penting namun sering diabaikan adalah kesesuaian pakaian yang digunakan. Seseorang harus melakukan pemilihan pakaian olahraga yang tepat agar mereka dapat merasa nyaman dan leluasa bergerak saat melakukan olahraga. Namun karena semakin bergesernya perkembangan *fashion*

dunia, kini pakaian olahraga ternyata tidak hanya dipakai untuk kepentingan olahraga, melainkan juga dapat dipakai untuk pakaian sehari-hari.

Hal ini dapat dijadikan peluang besar bagi para pelaku bisnis, khususnya yang bergerak di industri *fashion*, sebagai salah satu industri yang tetap ramai dan terus memberikan kontribusi besar terhadap struktur Produk Domestik Bruto (PDB) nasional (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2019), untuk menyediakan pakaian olahraga. Peluang tersebut dengan cepat ditangkap oleh DK Outdoor, yang merupakan sebuah perusahaan yang memproduksi baju olahraga, dengan alat pancing sebagai produk andalan. Seiring berjalannya waktu, DK Outdoor kemudian mengeluarkan produk pakaian olahraga seperti running jersey, outdoor jaket, masker, arm sleeve dan topi. Keberhasilan DK Outdoor dalam industri olahraga pancing membuatnya yakin untuk terus melebarkan sayap dan hingga kini, DK Outdoor sedang berusaha menjawab permintaan pasar dengan meluncurkan produk pakaian olahraga yang memiliki banyak varian model dan mempunyai teknologi yang terbaru untuk pakaian olahraga, yang tentunya dihadapkan dengan berbagai tantangan, baik dari pihak internal maupun eksternal.

Perusahaan tentunya perlu untuk merancang strategi penetrasi yang tepat dan matang dalam mengatasi tantangan yang hadir serta mencapai tujuan yang telah diharapkan. Hal ini disebabkan karena adanya persaingan yang begitu besar, yang diciptakan oleh beberapa kompetitor kuat yang sudah terlebih dahulu menguasai pasar, dengan brand yang sudah dikenal dekat oleh masyarakat luas, harga yang bersaing, kualitas produk serta strategi pemasaran dan penjualan yang diterapkan, sehingga menciptakan suatu persaingan yang ketat dalam industri tersebut.

Strategi perusahaan merupakan perumusan komprehensif mengenai langkah perusahaan dalam mencapai misi dan tujuannya (Wheelen & Hunger, 2012). Strategi tersebut kemudian akan menjadi alat bagi perusahaan sehingga dapat memasuki pangsa pasar yang dituju. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk

menganalisis pasar serta kompetitor, untuk memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing perusahaan. (harus dijelaskan kenapa harus menambah pasar yang baru caranya bagaimana)

## **1.2 Identifikasi Masalah**

DK Outdoor merupakan perusahaan bisnis yang bergerak dalam bidang pakaian olahraga dan ingin melebarkan sayapnya dengan melakukan ekspansi ke luar kota Bandung dengan tujuan kota Bogor untuk memperluas jangkauan pelanggan dengan tujuan untuk memberikan produk berkualitas yang dapat menjadi solusi untuk segala kebutuhan olahraga dan aktivitas luar ruangan bagi para konsumennya di seluruh dunia. DK Outdoor sudah melakukan ekspor produk mereka ke Thailand, Jepang dan Amerika Serikat. Namun DK Outdoor ingin mengoptimalkan penjualan mereka di Indonesia sebelum menjangkau pasar yang lebih luas lagi. Maka peneliti akan meneliti dan menjawab terkait dengan penelitian yang dilakukan, yaitu strategi yang digunakan untuk pengembangan pasar DK Outdoor guna mendukung ekspansi pasar ke kota Bogor. Oleh karena itu, penulis mencoba mengkaji dan menganalisis beberapa hal, yaitu:

1. Bagaimana karakteristik calon konsumen DK Outdoor di kota Bogor dan kota Bandung?
2. Bagaimana faktor internal dan eksternal perusahaan DK Outdoor?



### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Membandingkan karakteristik calon konsumen DK Outdoor di kota Bogor dan kota Bandung.
2. Mengetahui faktor internal dan eksternal perusahaan DK Outdoor

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi penulis
  - Menambah pengetahuan penulis tentang strategi dan bagaimana cara sebuah bisnis dapat memasuki dan mengembangkan market.
  - Menambah keterampilan dalam menganalisis sebuah bisnis.
2. Bagi DK Outdoor
  - Menjadi sebuah masukan sekaligus ide bagi perusahaan dalam mengembangkan usahanya dan strategi yang digunakan.
3. Bagi masyarakat
  - Dapat dijadikan sebuah referensi apabila melakukan penelitian dengan industri sejenis.
  - Dapat dijadikan sebagai pembelajaran untuk menambah wawasan tentang strategi dan pengembangan dalam bidang bisnis.