

ISBN : 978-602-95235-0-8

SNTI
2009
seminar nasional
teknologi industri



PROSIDING

5 Agustus
2009



**Sinergi Perguruan Tinggi Dan Industri
Melalui Peningkatan Kualitas Riset
dan Inovasi Teknologi**

Fakultas Teknologi Industri
Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA)



ISBN 978-602-95235-0-8

SNTI
2009
seminar nasional
teknologi industri



Seminar Nasional **Teknologi Industri**

**“Sinergi Perguruan Tinggi Dan Industri
Melalui Peningkatan Kualitas Riset
dan Inovasi Teknologi”**

Rabu, 5 Agustus 2009, Hotel Pandanaran Semarang

**Fakultas Teknologi Industri
Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA)**

www.snti2009.com

www.unissula.ac.id

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr Wb.

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, pada hari ini tanggal 5 Agustus 2009 Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) menyelenggarakan Seminar Nasional Teknologi Industri (SNTI) yang ke dua. Sungguh menjadi suatu kebahagiaan dan kebanggaan bagi kami selaku penyelenggara bahwa Seminar ini mendapatkan sambutan yang sangat baik dari kalangan akademisi maupun industri.

Acara ini merupakan agenda rutin yang dilaksanakan setiap tahun oleh Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang. Pada pelaksanaan SNTI tahun 2009 ini tema yang diambil "Sinergi Perguruan Tinggi dan Industri melalui peningkatan Kualitas Riset dan Inovasi Teknologi".

Pemilihan tema ini berangkat dari kesadaran bahwa trend global dan pesatnya dinamika pasar menuntut adanya teknologi yang semakin efisien dan inovatif dengan sentuhan-sentuhan humanis. Untuk itu perlu sinergi antara industri dan perguruan tinggi untuk memperkuat struktur industri komersial yang selaras dengan perkembangan keilmuan yang universal.

Seminar ini diharapkan mampu menjadi jembatan bagi bidang-bidang yang terkait dengan teknologi industri untuk saling bertukar informasi. Untuk memberikan inspirasi, wawasan dan ide-ide bagi peserta seminar, panitia mengundang pembicara-pembicara utama dari kalangan akademisi, praktisi dan industri.

Kami mengucapkan terima kasih kepada para peneliti yang telah mengirimkan makalah hasil penelitian untuk disampaikan pada seminar ini. Sampai dengan batas waktu yang telah ditetapkan, kami menerima 86 makalah. Setelah dilakukan review maka diputuskan makalah yang diterima untuk dipresentasikan sejumlah 76 dan diterbitkan dalam proceeding ber ISBN.

Dengan terlaksananya seminar ini, panitia mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada para pembicara, tim reviewer, pemakalah, sponsor, dan seluruh pihak yang telah memberikan bantuan pemikiran, moril dan materiil untuk mensukseskan acara Seminar Nasional Teknologi Industri 2009 UNISSULA. Kami juga mohon maaf bila dalam penyelenggaraan dan pelaksanaan SNTI2009 ini terdapat kesalahan dan kekurangan.

Semoga semangat penelitian yang tinggi dalam seminar ini dapat diimbangi implementasi di industri, jasa dan manufaktur sehingga memberikan manfaat nyata bagi masyarakat. Akhir kata kami mengucapkan selamat berseminar.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 05 Agustus 2009
Ketua Panitia

Nurwidiana, ST., MT.

SAMBUTAN REKTOR UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

Assalaamu'alaikum wr. wb.

Puji syukur kita panjatkan ke hadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, nikmat, hidayah dan karunia-Nya kepada kita sehingga kita mendapatkan kesempatan menggali serta memperoleh tetesan ilmu-Nya. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita, Rasul Mulia, Nabi Agung Muhammad SAW, karena dengan perantara beliau, iman dan Islam dapat hadir di hati kita, yang menjadi penguat keyakinan kita akan kedalaman dan keluasan ilmu sebagai anugerah yang tiada terkira.

Dunia Industri selalu bersaing untuk menghadirkan produk dengan teknologi terbaru yang merupakan perkembangan dan inovasi dari produk sebelumnya. Baru saja diluncurkan produk baru, sudah muncul produk baru lagi yang lebih canggih dengan harga yang relative sama. Ini dilakukan selain sebagai penetrasi pasar atas produk tertentu untuk menjaga eksistensinya, juga untuk memenuhi permintaan dan keinginan konsumen yang bukan hanya sebagai kebutuhan, melainkan juga sebagai gaya hidup. Dalam menentukan produk yang akan diluncurkan, baik itu berupa barang maupun jasa, tentu saja memerlukan riset dan studi yang mendalam, sehingga saat produk itu ditawarkan ke konsumen bias tepat sasaran dan dapat diterima dengan baik. Produsen biasanya mempunyai lembaga atau tim riset tersendiri yang bertugas meneliti dan mengembangkan produk – produk yang ditawarkan. Bagian ini sangat penting perannya, mengingat sebuah produk harus betul – betul dicermati peruntukan dan kegunaannya sehingga kualitasnya akan selalu terjaga untuk membangun kepercayaan bagi konsumen.


Universitas Islam Sultan Agung (Unissula) sebagai salah satu universitas yang terkemuka berkomitmen untuk selalu mengabdikan kepada Allah SWT, sangat mendukung segala upaya untuk mengolah alam agar dapat bermanfaat kepada seluruh umat manusia (*rahmatan lil alamin*) menyabur baik dan mendukung terselenggaranya kegiatan Seminar Nasional Teknologi Industri tahun 2009 (SNTI 2009) yang mengusung tema ” Sinergi Perguruan Tinggi dan Industri Melalui Peningkatan Kualitas Riset dan Inovasi Teknologi”. Kegiatan ini diharapkan dapat menjalin komunikasi antara para pendidik, peneliti dan pelaku industri. Dan kedepan semoga dapat terjalin kerjasama yang saling mendukung dan menguntungkan antara pelaku / pengelola dunia pendidikan dan dunia industri secara aktif dan berkesinambungan.

Dunia pendidikan, khususnya perguruan tinggi atau universitas, yang mempunyai banyak pakar di bidang masing – masing, sudah semestinya ikut andil dalam perkembangan teknologi industri. Sebagai gudang para ilmuwan, perguruan tinggi dapat mengembangkan keilmuan yang dimiliki bersama-sama dengan para pelaku industri, khususnya dibidang penelitian atau riset, yang nantinya pengembangan ilmu yang didapat bias diaplikasikan didunia industri.

Akhirnya, saya mengucapkan selamat dan sukses atas terselenggaranya kegiatan SNTI 2009 yang dilaksanakan oleh Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri (FTI) Unissula Semarang. Semoga kegiatan ini membawa berkah dan manfaat bagi kita bersama dalam memajukan dan mengembangkan ilmu pengetahuan, serta terjalinnya sinergi yang harmonis antara dunia pendidikan dan dunia industri. Amin

Wassalaamu'alaikum wr. wb.

Semarang, 5 Agustus 2009
Rektor
Universitas Islam Sultan Agung
(Unissula) Semarang


DR.dr. H.M. Rofiq Anwar, Sp.PA.
NIK. 230 102 006

SUSUNAN PANITIA DAN REVIEWER

Reviewer call for paper:

- Prof. Dr. Ir. Udi Subakti Ciptomulyono, M.Eng. (ITS)
- Dr. Ir. Hermawan, DEA. (UNDIP)

Pengarah	: Ir. H. Sukarno Budi Utomo, MT.
Ketua	: Nurwidiana, ST., MT.
Wakil Ketua	: Gunawan, ST., MT.
Bendahara	: Luqman Assaffat, ST.
Sie Kesekretariatan	: Wiwiek Fatmawati, ST., M.Eng. : Achmad Tjaturputranto Nugroho, ST. : Wahyu Widyastuti, SS.
Sie Acara	: Novi Marlyana, ST., MT. : Eka Nuryanto Budi Susila, ST., MT. : Indah Setiawati.
Sie Call for Paper	: Irwan Sukendar, ST., MT. : Ali Wedo Sarjono, ST. : Munaf Ismail, ST.
Sie Publikasi	: Muhammad Khosyi'in, ST., MT. : Tjatur Setyono
Sie Pendanaan	: Mochammad Taufik, ST., MIT.
Sie Dek & Dok	: Rino Purwanto, ST. : Kistianto
Sie Konsumsi	: Ir. Eli Mas'idah, MT. : Yogawati Prihatin
Sie Perlengkapan	: Munadi, SH.
Driver	: Purwadi

INFORMASI SEMINAR

Tema : **Sinergi Perguruan Tinggi dan Industri Melalui Peningkatan Kualitas Riset dan Inovasi Teknologi**

Waktu pelaksanaan : Rabu, 5 Agustus 2009

Panitia Pelaksana : Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri
Universitas Islam Sultan Agung

Tempat : Hotel Pandanaran Semarang

Sekretariat : Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri,
Universitas Islam Sultan Agung
Jl. Raya Kaligawe km 4 semarang
Tlp (024) 6583584 ext 363
Fax (024) 6582455
Email : snti2009@gmail.com

Website seminar : <http://www.snti2009.com/>

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Kata Pengantar	ii
Sambutan Rektor Universitas Islam Sultan Agung	iii
Susunan Panitia dan Reviewer	iv
Informasi Seminar	v
Daftar Isi	vi

Kelompok A : Ergonomi

Perancangan Alat Pemotong Tahu Yang Ergonomis Di Industri Kecil-Menengah Tahu Langen Sari Semarang <i>Dwi Nurul Izzhati, Anton Sudiby</i>	A.1
Pemilihan Desain Kursi Berbasis Ergonomi Dengan Menggunakan AHP (<i>Analytical Hierarchy Process</i>) <i>Hari Purnomo</i>	A.8
Perancangan Bis Khusus Untuk <i>Laundry</i> Dilihat Dari Aspek Ergonomi (Studi Kasus Di <i>Laundry "Clean And Dry"</i>) <i>Ie Vie Mie, Lindsay Margareta</i>	A.14
Pengembangan Desain <i>Axillary</i> Kruk Menggunakan Pemodelan <i>Dempster Lobes</i> <i>Herdiman, Retno Wulan Damayanti, Margareta Bayu Christyawan</i>	A.25
Perancangan Atribut Desain Telapak Tangan <i>Prosthetic</i> Pada Jenis <i>Prosthetic</i> Tangan Kosmetik <i>Lobes Herdiman, I Wayan Suletra, Sulistyo Agung Wibowo</i>	A.34
Perancangan <i>Furniture</i> Kamar Kost Dan Tata Letaknya Serta Lingkungan Fisik Yang Ergonomis (Studi Kasus di JL. Babakan Jeruk IV No. 38c Bandung) <i>Novi, Wawan Yudiantyo, Seandy Gisella</i>	A.44
Rancang Bangun Alat Pamarut Kelapa Manual & Elektrik Dengan Pendekatan Ergonomi <i>Ratih Setyaningrum, Didik Setiawan</i>	A.53

Kelompok B : Elektro

Partial <i>Discharge</i> Pada Bahan Resin Epoksi <i>Abdul Syukur, Hamzah Berahim, Tumiran Rochmadi</i>	B.1
Pengkukuran Viskositas Fluida Dengan Menggunakan Sensor <i>Promixty</i> Induktif <i>Bustanul Arifin, Iwan Suhadi</i>	B.13
Disain Penguat Operasional (Op-Amp) Dua <i>Stage</i> Untuk Aplikasi <i>Adc Pipeline</i> Dengan Kecepatan Tinggi Menggunakan CMOS Teknologi Ams 0,35 μm	B.22

Dyah Nur'aningsih, Joko Purnomo, Hamzah Afandi, Brahmantyo

- Analisis *Surface Discharge* Pada Bahan Isolasi HDPE Berdasarkan Hasil Pengukuran Arus Bocor Dengan Metode *Inclined-Plane Tracking* B.30
Hermawan, Abdul Syakur, Rohmat Nugroho
- Analisa Kinerja Motor Induksi Tiga Fasa Dalam Sistem Tidak Seimbang Berbasis Metode Kerangka Referensi B.41
Luqman Assaffat
- Pengukuran Daya Pada Beban Pasif Di Gedung XY Semarang B.49
Muhammad Khosyi'in
- Alat Pengukur Tingkat Polusi Udara Menggunakan Sensor TGS 2600 B.57
Muhammad Khosyi'in, Supraptiwo
- Pengukuran dan Analisa Kualitas Daya Listrik Di Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang B.66
Luqman Assaffat
- Kecepatan Awal Pembentukan Droplet Akibat Semburan Gas Dari Atas Dengan Berbagai Variasi B.74
Sri M. Bondan Respati, Subagyo, Hermawan
- Studi Pengaruh Temperatur Pada Karakteristik *Partial Discharge* Pada Bahan Resin Epoksi B.82
Winarko Ari P, Abdul Syakur, Yuningtyastuti
- Implementasi Sistem Nirkabel Pada Pengendalian Robot Mobil Pengakuisisi Data Suhu B.88
Darjat,yus Octavian, Ajub Ajulian Zahra
- Pengendalian Proses Pada CSTR Diabatik Dengan Pengendali *H-Infinity* B.97
Agus Suprayitno
- Pemanfaatan Keluaran Air Pompa Sebagai Tenaga Listrik Cadangan (*Power Emergency*) Dengan Generator Sepeda B.108
Budiyanto
- Penerapan Unit Ionoser Untuk Mereduksi Emisi Gas Buang Kendaraan Bermotor B.113
Sunaryo, Sutoyo
- Pengujian Nilai Batas Penyalaan (*Flammability*) Refrigeran Hidrokarbon B.121
Agus Slamet
- Analisis Jumlah Pulsa *Partial Discharge* Pada Isolasi PVC Menggunakan Elektrode Metode II Cigre Dengan Variasi Waktu Dan Temperatur B.129
Abdul Syakur, Gunawan, Upriadi
- Analisa Kapasitas Arus Penghantar Dengan Metode Relaksasi Berbasis Y_{bus} Pada Sistem Transmisi 150 Kv Di Kota Semarang B.137
Gunawan, Supari , Ari Purniyanto

Studi Pengaruh Variasi Waktu Dan Tegangan Terhadap Karakteristik Peluahan Sebagian Pada Model Void Bahan Isolasi PVC Menggunakan Elektroda Metode II Cigre
Abdul Syakur, Dedi Nugroho, Rudi Pamungkas B.145

Modul *Trainer* Otomasi Industri Berbasis PLC Omron Cpm2b
Gunawan, Muhammad Fauzi B.153

Kelompok C : Informatika Dan Komputer

Pengembangan *Educational Computer Game* Bagi Anak-Anak Dengan Metode *Theory Of Inventive Problem Solving*
Budi Dharma, Singgih Saptadi, Denny Nurkertamanda C.1

Aplikasi Pengolahan Citra Digital Untuk Deteksi Tingkat Osteoporosis Pada Citra Hasil Foto Rontgen
Eka Nuryanto Budisusila C.11

Arsitektur Data Kependudukan Menggunakan *Distributed Database* Berbasis *Client Server Model Three Tier*
Retantyo Wardoyo, Aris Puji Widodo C.18

Teknik *Timestamping* Untuk Kontrol Konkurensi Dan Penyimpanan Data Dalam Sistem Database Terdistribusi
Vitri Tundjungsari, Retantyo Wardoyo C.25

Kelompok D : Manajemen Bisnis

Pemetaan Dan Strategi Pengembangan Ikm Bordir Di Kabupaten Jepara
Aries Susanty, Bambang Purwanggono D.1

Rumusan Strategi Bisnis *Personal Computer* Berdasarkan *House Of Quality* (Studi Kasus Pada Pc Merek Ion)
Chevy Herli Sumerli A. D.9

Analisa Persaingan Dan Kepuasan (Studi Kasus : T Refill Centre, Bandung)
Elty Sarvia, Melina Hermawan, Sheilah D.19

Analisis Persaingan Gerai Pizza Pada Era Globalisasi
Indah Victoria Sandroto, Fransisca Wenny Siuwandy D.27

Strategi Pemasaran Hotel Wijayakusuma
Indah Victoria Sandroto, Valentine Herlina D.35

Perancangan Peningkatan Penilaian Kinerja Untuk Jabatan Kepala Laboratorium Berdasarkan Kompetensi (Studi Kasus Laboratorium Universitas "X")
Melina Hermawan, Jimmy Gozali, Selvy Sugianti, Arvina P. E. Purba D.43

Analisis Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen Pakaian Batik dan Usulan Strategi Pemasaran Berdasarkan <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> dan <i>Importance Performance Analysis</i> (Studi Kasus ; PD. Sahabat Pasar Baru Trade Center, Bandung) <i>Melina Hermawan, Lusiana</i>	D.51
Pengaruh Penerapan Periklanan Di Internet Dan Pemasaran Melalui <i>E-Mail</i> Oleh Industri Makanan Terhadap Pemrosesan Informasi Dan Keputusan Pembelian <i>Mujiyana</i>	D.60
Pendekatan <i>Balanced Scorecard</i> Dalam Perencanaan Strategi <i>Rachmad Hidayat</i>	D.68
Sistem Pemberian Kompensasi Berbasis <i>Merit System</i> <i>Rachmad Hidayat</i>	D.76
Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penilaian Kinerja Untuk Tenaga Kerumahtanggaan Di Perguruan Tinggi (Studi Kasus Di Universitas Kristen Maranatha, Bandung) <i>Vivi Arisandhy, Melina Hermawan, Fenny</i>	D.83

Kelompok E : Manajemen Performansi

Model Penentuan Uang Kuliah Mahasiswa Melalui Optimasi Pembiayaan Program Studi <i>Haryanto</i>	E.1
Analisis Performansi Layanan Kendaraan Pada Persimpangan Dengan Metode Simulasi <i>Discret Event</i> Untuk Mengurangi Kemacetan Lalu Lintas (Studi Kasus Persimpangan Cikapayang Bandung) <i>Ary Arvianto</i>	E.9

Kelompok F : Pengendalian Kualitas

Pengukuran Kualitas Produk & Layanan Flexi Trendy Yang Berpengaruh Terhadap <i>Churn</i> Dengan Metode <i>Customer Value Analysis</i> (Studi Kasus di PT. Telkom Divre IV Jateng & DIY) <i>Arfan Bakhtiar, Sriyanto, Muh. Muslihin</i>	F.1
Kaji Eksperimen : Penambahan Elektroliser Pada Sepeda Motor Terhadap Konsumsi Bahan Bakar Spesifik Dan Perubahan Kadar Emisi Gas Buang <i>Budi Waluyo, Muji Setiyo</i>	F.10
Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan Café & Resto Dalam Rangka Mengantisipasi Persaingan (Studi Kasus Café & Resto "X" Bandung) <i>Christina Wirawan, Stefanus Pradoddy</i>	F.18
Usulan Peningkatan Kepuasan Pasien Di Rumah Bersalin "X" Bandung Dengan Metoda <i>Quality Function Deployment</i> <i>Christina Wirawan, Freddy Sutanto</i>	F.27

Pengukuran Kualitas Pelayanan Di "X" <i>Sport Club</i> <i>Christina Santoso, Daniel Kurnianto</i>	F.35
Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan Transportasi Air Nasional (Studi Kasus Pada PT. ASDP Pelabuhan Bakauheni Lampung) <i>Mujiyana</i>	F.46
Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Berdasarkan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Pelayanan Kereta Api Argo Gede) <i>Rudijanto Muis, Jennifer Stefanie Erlinda</i>	F.53
Usulan Perancangan Parameter Desain Untuk Produk Genteng Keramik Dengan Metode Taguchi <i>Rudijanto Muis, Syane Suryani Gunawan</i>	F.62
Analisis Pengaruh Biaya Kualitas Produk Terhadap Kerugian Akibat Produk Cacat <i>Novi Marlyana, Gerry Fernando</i>	F.71

Kelompok G : Sistem Distribusi

Pengembangan Model Diskon Untuk Koordinasi <i>Supply Chain</i> Melalui <i>Common Replenishment Epoch</i> <i>Nurwidiana</i>	G.1
Model Pengukuran <i>Bullwhip Effect</i> Yang Mempertimbangkan <i>Lead Time</i> Dan Metode Peramalan <i>Tita Talitha, Farham HM Saleh</i>	G.9
Pengembangan Model <i>Multifacility Location</i> Sebagai Dasar Kebijakan Untuk Perancangan Jaringan Distribusi <i>Hotma Antoni Hutahaean, Liliana Francisca</i>	G.18

Kelompok H : Sistem Informasi

Audit Manajemen, Perencanaan & Organisasi Sistem Informasi Di Unissula <i>Ida Widihastuti, Suryani Alifah</i>	H.1
Kajian Umum Sistem Informasi Peringatan Dini Bencana Tsunami Dengan Pemanfaatan Jaringan <i>Uso (Universal Service Obligation)</i> Untuk Menurunkan Resiko Bencana Di Pulau Serangan, Bali <i>Inasari Widiyastuti</i>	H.6
Perbandingan Kinerja Sistem CDMA Optik Koheren Dan Inkoheren Pada Sistem Sinkron Dan Asinkron Berdasarkan Pengkodean Optik <i>Sari Ayu Wulandari</i>	H.14

<i>Decision Support System Untuk Inventory/Distribusi Pada Pusat Distribusi Mini Market Berjaringan</i> <i>Jazuli, Arif Wibisono, Andi Sudiarso</i>	H.22
Rancang Bangun Teknologi RFID Untuk Optimalisasi Stok Dalam Rantai Pasok Di Supermarket <i>Rindra Yusianto</i>	H.28
Perancangan Sistem Informasi Untuk Mendukung Manajemen <i>Jig</i> Di Industri Mebel <i>Make To Order</i> <i>Sri Hartini, Indah Rizkiya</i>	H.36
Sistem Keamanan Data <i>Metode Public Key Cryptography</i> <i>Johanson Pardomuan, Tiolina Evi</i>	H.43
Kajian Paradigma Empiris Dalam Pengembangan Sistem Informasi Berbasis Komunitas (Studi Kasus <i>Participatory Research</i>) <i>Vitri Tundjungsari, Jazi Eko Istiyanto</i>	H.51
Perancangan Sistem Informasi Penentu <i>Received Date</i> Pada Sistem Manufaktur <i>Repetitive Make To Order</i> (Studi Kasus Di Perusahaan Mebel) <i>Sriyanto, Sri Hartini</i>	H.59
Pengembangan Sistem Informasi Pendataan Penduduk Tingkat Desa <i>Moch Taufik, Suparno Dedy Prastyo</i>	H.68

Kelompok I : System Manajemen dan Operasi

Pendekatan <i>Bond Energy Algorithm</i> Pada Rancang Ulang Tata Letak Peti Kemas Untuk Optimasi Pemindahan Peti Kemas. <i>Andre Sugiyono</i>	I.1
Penentuan Jumlah Operator Optimal Di Bagian Proses Penyortiran Dan Pengantongan Surat Pos Kilat Khusus (Studi Kasus Kantor Pos Semarang 50000) <i>Purnawan Adi W, Heru Prastawa, Tiur Nuryanti Simatupang</i>	I.13
Penentuan Kebijakan Jadwal Pemesanan Spesial <i>Buyer</i> Menanggapi Tawaran Diskon Sementara Selama Periode promo <i>Diana Puspita Sari</i>	I.22
Pendekatan Algoritma <i>Ant Colony Optimization</i> Untuk Penjadualan Produksi <i>Hotma Antoni Hutahaean, Meita Permatasari</i>	I.29
Model Matematik Horison Waktu Diskret Heuristik Untuk Penjadwalan Produksi Operasi Tunggak Pada Mesin Alternatif <i>Irwan Sukendar</i>	I.38

Pengembangan Algoritma Penjadwalan Dinamis Untuk Meminimasi Jumlah Pesanan Yang Terlambat di PT. X I.44

Kartika Suhada, Vivi Arisandhy, Xystus Yustadi Waiz

Perbaikan Tata Letak Pada Gudang Bahan Baku Jamu (Staudi Kasus : Perusahaan Jamu X Semarang I.51

Denny Nurkertamanda, Prihatin Vitriana

Kelompok J : Sistem Produksi

Usulan Penerapan Teknik *Lot Sizing Wagner Whitin* Dalam Proses MRP di PT. "X" Jakarta J.1

Rainisa Maini Heryanto, Santoso, Vivi Arisandhy

Usulan Perencanaan Produksi Produk Obat di PT. "X" Dengan Menggunakan Metode Program Linier J.7

Vivi Arisandhy, Kartika Suhada, Hellen Diana

Penjadwalan Kerja Dengan Metode Algoritma *Active Schedule* Dan Heuristic *Schedule* Untuk Minimisasi Waktu Penyelesaian (Studi Kasus di PT. *Intac Brass* Indonesia) J.16

Wiwiek Fatmawati, Irwan Sukendar, Priswanto Suryo Suprobo

Kelompok K : Teknologi produksi

Analisis Pengaruh Variabel Proses Permukaan Baja Aisi 1020 Terhadap Keausan Pahat Low Speed Steel (Ss) Pada Proses Sekrap K.1

Tarkono

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN KONSUMEN PAKAIAN BATIK DAN
USULAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN
SEGMENTATION, TARGETING, POSITIONING DAN IMPORTANCE
PERFORMANCE ANALYSIS
(Studi Kasus: PD. SAHABAT Pasar Baru Trade Center, Bandung)**

**Melina Hermawan, Lusiana
Jurusan Teknik Industri Universitas Kristen Maranatha,
Jl. Prof. Suria Sumantri 65, Bandung – 40164
Telepon : (022)2012186, fax : (022)2005914
E-mail: fei_yen02@yahoo.com, lhushi3@yahoo.com,**

Abstrak

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang marak dengan pusat perbelanjaan, diantaranya Pasar Baru Trade Center yang merupakan tempat berkumpulnya toko-toko yang menjual barang dagangannya berupa pakaian, aksesoris, perlengkapan rumah tangga dll. PD SAHABAT merupakan salah satu toko pakaian batik pria yang berlokasi di Pasar Baru Trade Center. Saat awal penjualan batik dapat mencapai penghasilan sekitar 100 juta dengan keuntungan sekitar 30 persen, namun saat ini PD SAHABAT mengalami penurunan penjualan hingga setengahnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan konsumen berdasarkan Importance Performance Analysis (IPA), mengetahui karakteristik konsumen untuk menentukan Segmentation, Targeting dan Positioning (STP) serta memberikan usulan strategi pemasaran berdasarkan hasil IPA dan STP.

Penelitian dilakukan dengan beberapa tahap yaitu penyusunan kuesioner dengan variabel penelitian menggunakan 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence), Penyebaran kuesioner dilakukan 2 tahap yaitu kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian. Penyebaran kuesioner pendahuluan bertujuan untuk mengetahui faktor faktor yang dianggap penting oleh konsumen saat berbelanja. Teknik sampling digunakan sampling aksidental dengan responden konsumen yang sedang membeli batik di PD SAHABAT dan beberapa toko batik lainnya yang berada di Pasar Baru Trade Center. Hasil kuesioner pendahuluan diolah dengan Cochran Q Test untuk menyusun kuesioner penelitian yang bertujuan mengetahui karakteristik konsumen serta tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen. Penyebaran kuesioner penelitian menggunakan teknik sampling random kepada konsumen PD SAHABAT. Hasil kuesioner penelitian digambarkan dalam Diagram Importance Performance Analysis.

Berdasarkan IPA diperoleh atribut yang menjadi prioritas perbaikan yaitu atribut yang berada pada kuadran A dan B. Segmentasi berdasarkan demografis, penentuan targeting adalah konsumen dengan tingkat penghasilan Rp 700.000-Rp 4.000.000 dengan positioning sebagai toko yang memberikan kenyamanan konsumen saat berbelanja. Usulan mengacu pada hasil IPA dan STP, diantaranya menyediakan ruang ganti pakaian untuk memberi keleluasaan konsumen mencoba pakaian, memperbolehkan retur untuk batik yang telah dibeli, menyediakan batik dengan berbagai kualitas bahan dengan harga yang terjangkau.

Kata kunci: *Kepuasan, Importance Performance Analysis, 7P*

1.Pendahuluan

Seiring dengan berkembangnya perindustrian di kota Bandung, menyebabkan para investor membuka beragam jenis usaha diantaranya usaha tempat hiburan, rumah makan, dan pusat perbelanjaan. Kota Bandung memiliki beberapa pusat perbelanjaan diantaranya adalah Pasar Baru Trade Center, Bandung Trade Center, ITC Kebon Kelapa, ITC Kopo. Pusat perbelanjaan ini merupakan tempat berkumpulnya toko-toko yang menjual barang dagangannya, yang dapat berupa pakaian, aksesoris, perlengkapan rumah tangga, dan lain-lain.

PD.SAHABAT merupakan salah satu toko yang berlokasi di Pasar Baru Trade Center Bandung.. Toko ini memulai usaha tahun 1996 dengan menjual spre, selimut, dan bed cover.

Tahun 2002 akhir usaha beralih dengan menjual pakaian batik pria. Pada saat awal, penjualan batik dapat mencapai penghasilan sekitar 100 juta dengan keuntungan sekitar 30 persen, namun seiring berjalannya waktu saat ini PD SAHABAT mengalami penurunan penjualan hingga setengahnya.

Salah satu faktor penyebab terjadinya permasalahan yang dialami PD SAHABAT adalah adanya ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan toko tersebut, oleh karena itu diperlukan penelitian untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dengan memperhatikan hasil penilaian tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan hasil *Importance Performance Analysis*. Selain itu perlu diketahui karakteristik pelanggan PD SAHABAT kemudian dilakukan *segmentation, targeting, dan positioning*.

2. Kajian Literatur

2.1. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Pada *Importance-Performance Analysis* terdapat 2 buah variabel yang diwakilkan oleh X dan Y; dimana X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan para pelanggan, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan pelanggan. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Adapun rumus yang digunakan:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} * 100\%$$

dimana:

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor tingkat kinerja perusahaan

Yi = Skor tingkat kepentingan pelanggan

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan.

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \text{ dan } \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

dimana:

\bar{X} = skor rata-rata tingkat kinerja kepuasan

\bar{Y} = skor rata-rata tingkat kepentingan

n = jumlah responden

Importance Performance Diagram merupakan diagram Kartesius, suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (\bar{X} , \bar{Y}), dimana \bar{X} merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja seluruh faktor atau atribut dan \bar{Y} adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N Xi}{K} \text{ dan } \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N Yi}{K}$$

dimana: K = banyaknya atribut/fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat kuadran A, B, C, D ke dalam diagram kartesius.

- Kuadran A (*Focus Improvement Effort Here*). Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting,

namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan, sehingga mengecewakan/tidak puas.

- Kuadran B (*Maintain Performance*). Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan, untuk itu wajib dipertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.
- Kuadran C (*Medium –Low Priority*). Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
- Kuadran D (*Reduce Emphasis*). Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

2.2 Segmentation, Targeting dan Positioning

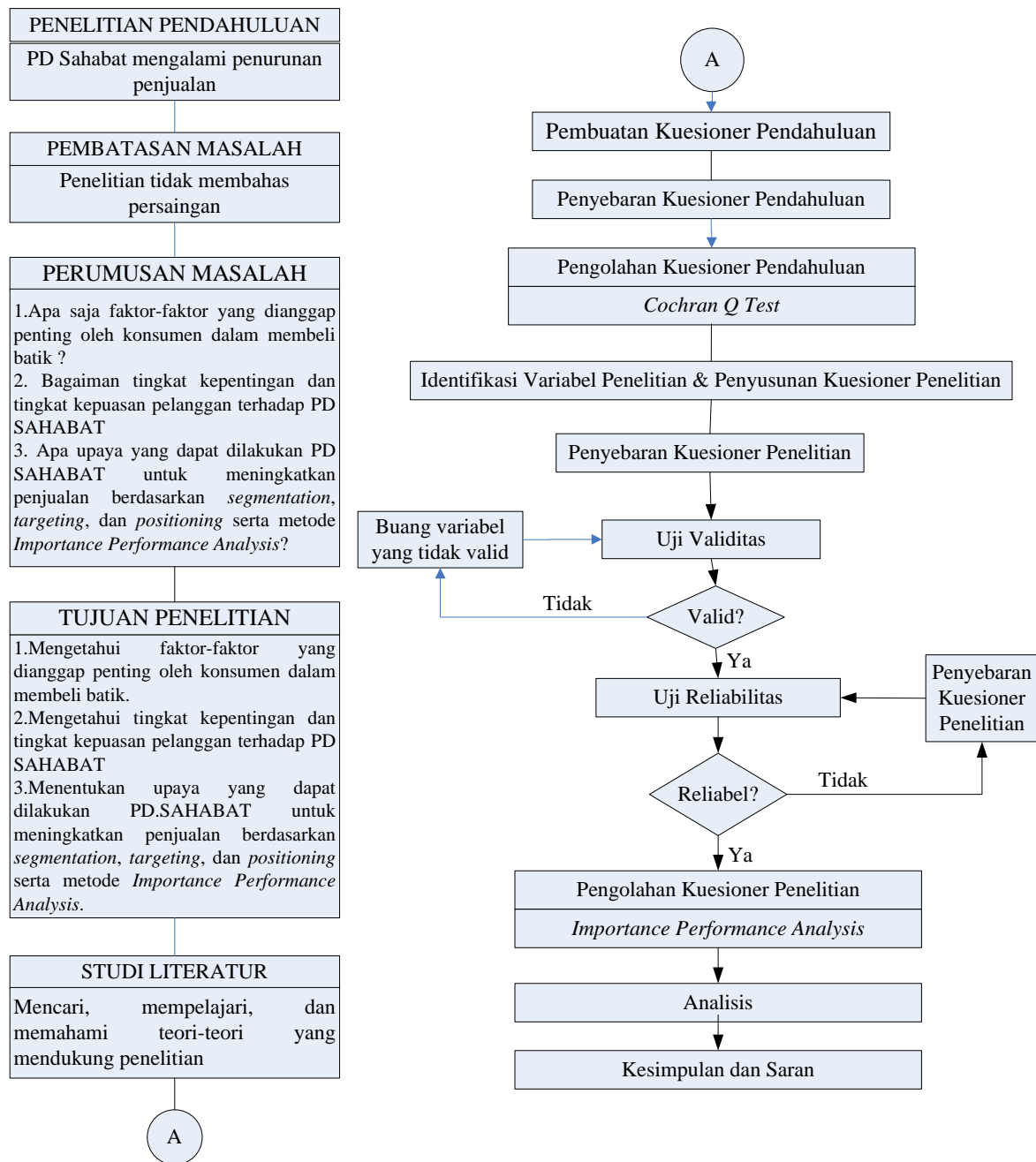
Segmentation merupakan suatu usaha untuk meningkatkan ketepatan pemasaran. Segmentasi dibagi ke dalam 3 kategori yaitu Demografis yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan, dan kelas sosial. Psikografis yang terdiri dari gaya hidup, status pemakai, kegunaan pakai, sikap terhadap produk, produk yang diminati, proses perolehan informasi, dan tahapan pembelian dan Geografis yang terdiri dari wilayah, kepadatan dan jumlah penduduk. *Targeting* merupakan proses penetapan segmen pasar mana yang akan dibidik. *Positioning* merupakan tindakan untuk merancang penawaran dan citra perusahaan agar dapat menempati suatu posisi kompetitif yang berarti dan berbeda didalam pikiran pelanggan

3. Langkah-langkah Pemecahan Masalah

Tahap awal pengumpulan data dengan menyusun kuesioner pendahuluan berisi pertanyaan mengenai atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen dalam membeli pakaian batik. Penyusunan variabel penelitian pada kuesioner ini berpedoman pada 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical evidence*). Kuesioner pendahuluan disebar di PD.SAHABAT sebanyak 30 buah kuesioner dan di toko lain sebanyak 15 buah kuesioner antara lain PD.Ambarsari, PD.Widjaya, PD.Sinar Buana, PD.Sahara, dan PD.Kencana Ungu dengan menggunakan teknik sampling aksidental. Setelah didapatkan atribut-atribut tersebut, maka diolah menggunakan metode *Cochran Q Test*, untuk mengetahui atribut-atribut yang benar-benar dianggap penting oleh konsumen. Hasil uji Cochran tersebut digunakan untuk menyusun kuesioner penelitian.

Kuesioner penelitian bertujuan untuk mengetahui profil pelanggan beserta nilai kepentingan dan kepuasan pelanggan. Penyebaran kuesioner penelitian dilakukan di PD.SAHABAT dengan menggunakan teknik sampling random. Hasil yang diperoleh kemudian diolah menggunakan metode *Importance-Performance Analysis*. Metode ini digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Dengan memperhatikan hasil penilaian tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian, kemudian dibentuk *Importance-Performance Diagram*

Setelah itu, dilakukan analisis tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan *Importance-Performance Analysis* dan analisis *segmentation, targeting, dan positioning*. Berdasarkan hasil dari profil pelanggan untuk *segmentation, targeting dan positioning* serta hasil *Importance Performance Analysis*, diberikan usulan-usulan upaya yang dapat dilakukan PD SAHABAT untuk meningkatkan penjualan. Adapun usulan tersebut mengacu pada 7 P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*).



Gambar 1. Bagan Alir Metodologi Penelitian

4. Hasil Penelitian

4.1. Perhitungan Tingkat Kepuasan dan Tingkat Kepentingan

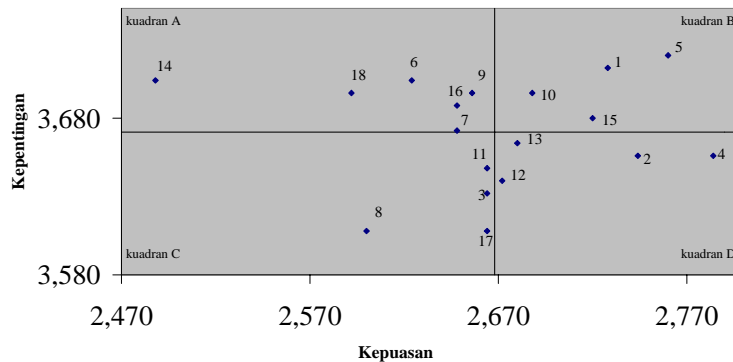
Berikut adalah hasil perhitungan *Importance-Performance Analysis*.

X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan para pelanggan, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan pelanggan.

Tabel 1 Perhitungan Rata-Rata dari Penilaian Tingkat Kepuasan dan Penilaian Tingkat Kepentingan pada Atribut-Atribut hasil uji Cochran

No	Atribut	Penilaian Tingkat Kepuasan	Penilaian Tingkat Kepentingan	\bar{X}	\bar{Y}
1	Pihak toko menyediakan pakaian batik untuk pria	341	464	2,728	3,712
2	Jenis motif batik yang bervariasi	343	457	2,744	3,656
3	Model pakaian batik yang bervariasi	333	454	2,664	3,632
4	Kelengkapan ukuran pakaian batik yang dijual	348	457	2,784	3,656
5	Jaminan kualitas pakaian (tidak luntur)	345	465	2,760	3,720
6	Jaminan kualitas pakaian (tidak menciut)	328	463	2,624	3,704
7	Tersedianya pakaian batik dengan kualitas bahan yang bervariasi	331	459	2,648	3,672
8	Harga terjangkau	325	451	2,600	3,608
9	Harga bersaing dengan toko-toko batik lainnya	332	462	2,656	3,696
10	Adanya potongan harga untuk kondisi tertentu	336	462	2,688	3,696
11	Adanya proses retur (jika barang yang dibeli rusak) setelah 2 hari	333	456	2,664	3,648
12	Adanya proses retur (jika barang yang dibeli kekecilan atau kebesaran) setelah 2 hari	334	455	2,672	3,640
13	Keramahan karyawan toko dalam melayani pelanggan	335	458	2,680	3,664
14	Kesopanan karyawan toko dalam melayani pelanggan	311	463	2,488	3,704
15	Kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan	340	460	2,720	3,680
16	Kejujuran karyawan dalam menjawab pertanyaan pelanggan mengenai produk yang dijual	331	461	2,648	3,688
17	Pemajangan pakaian batik yang mudah untuk dilihat	333	451	2,664	3,608
18	Kenyamanan pelanggan dalam memilih-milih produk di toko	324	462	2,592	3,696
Rata-rata (\bar{X} dan \bar{Y})				2,668	3,671

Diagram Kartesius



Gambar 2 Importance Performance Diagram Atribut-Atribut yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PD.SAHABAT

Keterangan:

- Kuadran A (*Focus Improvement Effort Here*). Atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah: Jaminan kualitas pakaian (tidak mencuit), Tersedianya pakaian batik dengan kualitas bahan yang bervariasi, Harga bersaing dengan toko batik lainnya, Kesopanan karyawan toko dalam melayani pelanggan, Kejujuran karyawan dalam menjawab pertanyaan pelanggan mengenai produk yang dijual, Kenyamanan pelanggan dalam memilih-milih produk
- Kuadran B (*Maintain Performance*). Atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah: Pihak toko menyediakan pakaian batik untuk pria, Jaminan kualitas pakaian tidak luntur, Adanya potongan harga untuk kondisi tertentu, Kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan
- Kuadran C (*Medium –Low Priority*). Atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah: Model pakaian yang bervariasi, Harga terjangkau, Adanya proses retur (jika barang yang dibeli rusak) setelah 2 hari, Pemajangan pakaian batik yang mudah untuk dilihat
- Kuadran D (*Reduce Emphasis*). Atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah: Jenis motif batik yang bervariasi, Kelengkapan ukuran pakaian batik yang dijual, Adanya proses retur (jika barang yang dibeli kekecilan atau kebesaran) setelah 2 hari, Keramahan karyawan dalam melayani pelanggan.

Mengacu pada nilai \bar{X} dan \bar{Y} , hampir semua atribut yang ada dianggap penting oleh pelanggan tetapi pelanggan tidak merasa puas akan pelaksanaannya. nilai \bar{Y} (nilai kepentingan) yang diperoleh berada di atas 3,5 sedangkan nilai \bar{X} (nilai kepuasan) berada di atas 2,4. Oleh karena itu, semua atribut yang ada sebaiknya perlu diperbaiki kembali. Namun, berhubung keterbatasan waktu dan dana, maka diprioritaskan perbaikan untuk kuadran A terlebih dahulu, baru kemudian dilanjutkan ke kuadran B. Sedangkan untuk atribut yang berada di kuadran C dan kuadran D, akan diperbaiki setelah atribut yang berada di kuadran A dan kuadran B diperbaiki.

4.2. Segmentation, Targeting, dan Positioning

Dari semua profil pelanggan pada kuesioner penelitian digunakan untuk *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* (STP), sebagai berikut:

▪ Segmentation:

• Demografis:

1. Pekerjaan: Ibu rumah tangga, wiraswasta, pegawai swasta, pegawai negeri, dan pelajar/mahasiswa.
2. Tingkat penghasilan: Rp 300.000,00-Rp 700.000,00; >Rp 700.000,00-Rp 4.000.000,00; >Rp 4.000.000,00-Rp 6.000.000,00; >Rp 6.000.000,00-Rp 8.000.000,00; dan > Rp 8.000.000,00.

- Geografis:
Tempat tinggal: Bandung Selatan, Bandung Barat, Bandung Utara, Bandung Timur, Bandung Tengah, dan Luar Kota.
- Karakteristik:
 1. Persepsi mengenai batik: pakaian yang tidak bergeser oleh zaman, pakaian yang dapat digunakan di segala acara, pakaian yang dapat digunakan untuk siapapun, dan pakaian yang hanya dapat digunakan untuk acara-acara tertentu.
 2. Status pelanggan: pelanggan tidak tetap dan pelanggan tetap.
 3. Kedatangan ke PD.SAHABAT: pertama kali, 2 kali, dan >2 kali.
 4. Mengetahui PD.SAHABAT dari: cari tahu sendiri dan teman.
 5. Membeli batik secara: eceran dan grosir.
 6. Tujuan membeli batik: ada acara resmi, dijual lagi, pakaian sehari-hari, dan hadiah.
 7. Alasan membeli batik di PD.SAHABAT: motif sesuai, harga murah, lokasi mudah ditemukan, kualitas baik, pelayanan memuaskan, adanya promosi (diskon), keleluasaan dalam berbelanja, model menarik, dan adanya proses retur.
- *Targeting:*
Berdasarkan segmentasi ditentukan target pasar PD.SAHABAT, dimana target tersebut diambil berdasarkan tingkat persentase terbesar dari setiap segmen yaitu
 - 1 Tingkat penghasilan: Rp 700.000,00-Rp 4.000.000,00 (49,03%)
 - 2 Tempat tinggal: Bandung Selatan dan Bandung Barat
Hal ini disebabkan karena kebanyakan yang datang ke PD.SAHABAT memiliki tempat tinggal di Bandung Selatan persentase sebesar 21,29%. Selain Bandung Selatan yang ditetapkan sebagai target, juga ditetapkan daerah Bandung Barat sebagai target kedua. Hal ini dilakukan karena Pasar Baru Trade Center berada di wilayah Bandung Barat.

Tujuan membeli batik: ada acara resmi dan dijual lagi
Hal ini disebabkan karena kebanyakan yang datang ke PD.SAHABAT dan toko lain, membeli batik dengan tujuan untuk acara resmi 37,82%. Selain target utama, juga ditetapkan target kedua yaitu membeli batik dengan tujuan dijual kembali (memiliki persentase sebesar 33,97%)

Alasan membeli batik di PD.SAHABAT: motif sesuai, harga murah dan lokasi mudah ditemukan
Hal ini disebabkan karena kebanyakan yang datang ke PD.SAHABAT dan toko lain, membeli batik di toko dengan alasan motif sesuai (31,93%) dan target keduanya adalah harga yang murah (18,07%). Selain itu, juga ditetapkan target lainnya yaitu alasan pelanggan membeli batik di PD.SAHABAT karena lokasi yang mudah ditemukan (16,81%)
- *Positioning:*
PD.SAHABAT memposisikan tokonya sebagai toko pakaian batik yang selalu memprioritaskan kenyamanan pelanggan saat berbelanja. Rasa nyaman itu dapat berupa menyediakan ruang ganti agar pelanggan dapat mencoba pakaian batik yang dipilihnya, mempersilahkan pelanggan masuk ke dalam toko sehingga tidak berdesak-desakan dengan orang yang berlalu-lalang di Pasar Baru Trade Center.

Berdasarkan hasil *Importance Performance Analysis* kuadran A dan B serta hasil *Segmentation, Targeting, dan Positioning* dapat diberikan beberapa usulan yang mengacu pada bauran pemasaran 7 P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*) sebagai berikut:
 - *Product*
 1. Pemilik toko lebih memperhatikan kualitas bahan dari produk pakaian batik yang dijual (tidak luntur dan tidak menciut).
 2. Menjual pakaian batik yang dapat digunakan untuk keperluan acara resmi

3. Menjual pakaian batik wanita, walaupun dalam jumlah yang lebih sedikit daripada pakaian batik pria, mengingat kebanyakan pelanggan yang datang ke PD.SAHABAT adalah wanita (ibu rumah tangga), yang dalam hal ini merupakan salah satu target yang dipilih.
 4. Pemilik toko disarankan untuk terus mengontrol persediaan barang, walaupun dari hasil penelitian, kebanyakan pelanggan membeli pakaian batik secara eceran, tapi tidak menutup kemungkinan ada pelanggan yang membeli pakaian batik secara grosir. Sehingga kemungkinan terjadinya *lost sales* (kehilangan penjualan) semakin kecil.
- *Price*
 1. Menjual pakaian batik dengan harga yang terjangkau mengacu pada target pasar pelanggan yang memiliki tingkat penghasilan sebesar Rp 700.000,00-Rp 4.000.000,00.
 2. Menjual pakaian batik dengan harga grosir jika ada pembeli yang membeli pakaian dalam jumlah banyak.
 - *Place*

Pemilik toko disarankan untuk membagikan denah toko (yang diusulkan terdapat pada brosur dan kartu nama) ke orang-orang yang mengunjungi PD.SAHABAT agar memudahkan pelanggan untuk kembali datang ke PD.SAHABAT.
 - *Promotion*
 1. Menyebarkan brosur-brosur kecil di tiap pintu masuk Pasar Baru Trade Center maupun di pintu masuk kendaraan roda dua dan empat serta membagikan brosur iklan di beberapa tempat di daerah Bandung Selatan dan Bandung Barat.
 2. Menyediakan fasilitas *member* yang bertujuan memberikan potongan harga dan *souvenir* untuk pelanggan yang sering datang ke PD.SAHABAT.
 - *People*
 1. Pemilik toko disarankan untuk terus membina karyawan-karyawan tokonya untuk tetap ramah, sopan, jujur, dan cepat dalam menghadapi dan melayani pelanggan sehingga dapat memberikan pelayanan yang memuaskan seperti mengantarkan barang, mengambil barang yang diminta pelanggan dan sebagainya. Dengan demikian pelanggan akan merasa nyaman untuk berbelanja di PD.SAHABAT.
 2. Pemilik toko disarankan untuk menyediakan bonus bagi karyawan yang berhasil menjualkan barang paling banyak dengan harga yang sesuai, sehingga karyawan toko termotivasi untuk bekerja dengan giat.
 - *Process*

Pemilik toko disarankan untuk mencatat transaksi pembelian untuk memudahkan pemberian potongan harga.
 - *Physical Evidence*

Pemilik toko disarankan untuk menyediakan sebuah ruang ganti dengan cermin, yang bertujuan agar pelanggan yang mengunjungi toko dapat mencoba pakaian batik yang dipilihnya.

5. Kesimpulan

1. Faktor-faktor yang dipentingkan konsumen saat berbelanja batik dapat dilihat pada tabel 1.
2. Berdasarkan hasil IPA mengacu pada nilai \bar{X} dan \bar{Y} , hampir semua atribut yang ada dianggap penting oleh pelanggan tetapi pelanggan tidak merasa puas akan kinerja PD SAHABAT, oleh karena itu, semua atribut yang ada sebaiknya perlu diperbaiki kembali, diprioritaskan perbaikan untuk kuadran A terlebih dahulu, baru kemudian dilanjutkan ke kuadran B.
3. Segmentasi berdasarkan demografis, penentuan targetting adalah konsumen dengan tingkat penghasilan Rp 700.000-Rp 4.000.000 dengan positioning PD.SAHABAT memposisikan tokonya sebagai toko pakaian batik yang selalu memprioritaskan kenyamanan pelanggan saat berbelanja.
4. Berdasarkan hasil *Importance Performance Analysis* kuadran A dan B serta hasil *Segmentation, Targeting, dan Positioning* dapat diberikan beberapa usulan sebagai berikut: diantaranya menyediakan ruang ganti pakaian untuk memberi keleluasaan konsumen mencoba pakaian,

memperbolehkan retur untuk batik yang telah dibeli, menyediakan batik dengan berbagai kualitas bahan dengan harga yang terjangkau.

6. Daftar Pustaka

Kasali, Rhenald; 2001, *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi, Targeting, Positioning*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Kotler, P.; 2004, *Manajemen Pemasaran*, edisi 10, PT Intan Sejati Klaten, Jakarta..

Santoso, S., dan Fandy Tjiptono.; 2001, *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.

Sugiyono, 1998, *Metode Penelitian Administrasi*, CV. Alfabeta, Bandung.

Supranto, J., 2001, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, PT RINEKA CIPTA, Jakarta.