

ABSTRAK

Toko meubel “X” adalah toko yang menjual berbagai macam jenis meubel seperti kursi, meja, lemari, kasur, dan meja makan. Toko meubel “X” berdiri sejak tahun 2009 dan berlokasi di Jl. Jend. A. Yani, Babakan Surabaya, Kiaracondong, Bandung. Berdasarkan pengamatan langsung dan melakukan wawancara dengan pemilik Toko meubel “X”, terdapat permasalahan penurunan penjualan sejak bulan Mei tahun 2016 hingga bulan Juni 2017. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat* dari Toko meubel “X”, mengetahui faktor-faktor yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih produk meubel, untuk mengetahui strategi-strategi pemasaran dan upaya-upaya yang perlu dilakukan oleh Toko meubel “X”.

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan juga penyebaran kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian. Kuesioner pendahuluan berisi variabel-variabel yang penting dalam pemilihan produk meubel yang mengacu pada konsep bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*). Dari hasil kuesioner pendahuluan, diketahui bahwa Toko meubel yang menjadi kompetitor utama Toko meubel “X” adalah Toko Meubel Capayung. Lalu pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara kepada pemilik Toko Meubel “X” berdasarkan teori 5 kekuatan persaingan *Porter* dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor eksternal toko yang digunakan untuk mengolah matriks *External Factor Evaluation*.

Hasil dari metode IPA adalah 11 variabel di kuadran 1, 14 variabel di kuadran 2, 9 variabel di kuadran 3, dan 4 variabel di kuadran 4. Hasil dari metode CA adalah 23 variabel berada di posisi unggul dan 15 variabel berada di posisi tidak unggul. Hasil dari Uji Hipotesis adalah 23 variabel yang dianggap puas oleh konsumen dan 15 variabel tidak puas. Hasil dari ketiga metode tersebut digabungkan untuk mengurutkan prioritas perbaikan berdasarkan metode CA, IPA, dan Uji Hipotesis.

Pengolahan data mengenai faktor-faktor *internal* yang diambil dari hasil Uji Hipotesis diolah menggunakan matriks IFE dan faktor-faktor eksternal yang diambil dari hasil wawancara eksternal diolah menggunakan matriks EFE. Lalu dilanjutkan dengan pengolahan matriks *Internal-Eksternal* dengan melakukan plot hasil matriks IFE dan matriks EFE. Matriks *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threats* (SWOT) untuk menentukan strategi-strategi yang dapat dilakukan oleh Toko meubel “X” sesuai dengan hasil yang diperoleh pada matriks *Internal-Eksternal*.

Usulan *targeting* untuk Toko meubel “X” adalah konsumen wanita, jenis pekerjaan pegawai/karyawan, tempat tinggal di Bandung Timur, pendapatan Rp. 4.000.000,00 - Rp. 6.000.000,00, dan media sosial yang digunakan *Instagram*. Usulan *positioning* adalah “Berkualitas dan Terjangkau” dimana Toko meubel “X” memiliki meubel yang lengkap, variasi desain dan kualitas meubel yang baik dengan harga yang terjangkau. *Input* matriks IFE menghasilkan nilai 2.681 dan *input* matriks EFE menghasilkan nilai 3.946. Strategi yang terpilih pada matriks IE adalah *Growth Strategy*.

Usulan yang diberikan kepada Toko meubel “X” adalah melakukan promosi berupa potongan harga untuk Lemari dan Kasur, melengkapi dan meningkatkan kualitas produk, dan lain-lain.

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-3
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	1-4
1.4 Perumusan Masalah.....	1-4
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-5
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Definisi Pemasaran.....	2-1
2.2 Bauran Pemasaran	2-1
2.3 Metode Pengumpulan Data	2-6
2.3.1 Interview(Wawancara)	2-6
2.3.2 Kuesioner.....	2-6
2.3.3 Observasi	2-7
2.4 Pengujian Validitas Instrumen	2-16
2.5 Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-18
2.6 <i>Segmentation, Targetting, dan Positioning</i>	2-20
2.7 Konsep Strategi.....	2-22
2.8 Tipe Strategi.....	2-22
2.9 Elemen Pokok Strategi.....	2-23

2.10 Tahapan Perencanaan Strategis	2-23
2.11 <i>Correspondence Analysis</i>	2-24
2.12 <i>Importance Performance Analysis</i>	2-25
2.13 Pengujian Validitas Instrumen.....	2-18
2.13.1 Pengujian Validitas Internal	2-28
2.13.2 Pengujian Validitas Eksternal	2-29
2.13.3 Pengujian Matriks <i>Internal-External</i>	2-30
2.14 Matriks TOWS atau SWOT.....	2-34

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 <i>Flowchart</i>	3-1
3.2 Keterangan <i>Flowchart</i>	3-5
3.2.1 Mulai.....	3-5
3.2.2 Penelitian Pendahuluan.....	3-5
3.2.3 Identifikasi Masalah	3-5
3.2.4 Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	3-5
3.2.5 Perumusan Masalah.....	3-6
3.2.6 Tujuan Penelitian.....	3-6
3.2.7 Studi Pustaka	3-7
3.2.8 Pengembangan Variabel Penelitian	3-7
3.2.9 Konsep Bauran Pemasaran (7P)	3-8
3.3 Konsep <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i>	3-10
3.4 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan.....	3-11
3.5 Uji Validasi Konstruk.....	3-12
3.6 Penentuan Unit Sampling.....	3-13
3.7 Penentuan Teknik Sampling.....	3-13
3.8 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-13
3.9 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-14
3.10 Penyusunan Kuesioner Penelitian	3-14
3.11 Penentuan Jumlah Sampel Penelitian.....	3-15
3.12 Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-16
3.13 Pengujian Validitas Kuesioner Penelitian	3-16
3.14 Pengujian Reliabilitas Kuesioner Penelitian	3-17

3.15	Pengumpulan Data	3-18
3.16	Pengolahan Data dan Analisis	3-18
3.17	Metode <i>Coresspondence Analysis</i>	3-19
3.18	Metode <i>Importance Performance Analysis</i>	3-20
3.19	Metode Uji Hipotesis.....	3-21
3.20	Menyusun Pedoman Wawancara	3-23
3.21	Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>).....	3-23
3.22	Matriks EFE (<i>Eksternall Factor Evaluation</i>)	3-25
3.23	Matriks IE (<i>Internal-External</i>)	3-27
3.24	Matriks SWOT	3-28
3.25	Keterkaitan metoda IPA, CA, dan Uji Hipotesis.....	3-28
3.26	Analisis Pengolahan Data.....	3-30
3.26.1	Matriks <i>Internal-Eksternal</i>	3-30
3.26.2	Analisis SWOT.....	3-30
3.27	Usulan.....	3-31
3.28	Kesimpulan dan Saran.....	3-32
3.29	Selesai.....	3-32
BAB 4 PENGUMPULAN DATA		
4.1	Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	4-1
4.1.2	Struktur Organisasi Perusahaan.....	4-1
4.1.3	<i>Job Description</i>	4-2
4.2	Hasil Wawancara.....	4-3
4.3	Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-7
4.4	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian I	4-8
4.5	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian II	4-10
BAB 5 PENGOLAHAN DATA dan ANALISIS		
5.1	Pengolahan Data Segmentasi	5-1
5.2	Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan.....	5-2
5.2.1	Variabel Penelitian yang Terpilih.....	5-3
5.2.2	Variabel Penelitian yang Tidak Terpilih	5-4
5.3	Pengolahan Data Segmentasi	5-4

5.4	Pengujian Validitas dan Reabilitas Kuesioner	5-10
5.5	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	5-16
5.6	<i>Correspondence Analysis</i> (CA).....	5-21
5.7	Uji Hipotesis.....	5-26
5.8	Matriks IE (<i>Internal-External</i>) dan Matriks SWOT.....	5-29
5.8.1	Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>).....	5-29
5.8.2	Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>).....	5-31
5.8.3	Matriks IE (<i>Internal-External</i>).....	5-33
5.8.4	SWOT.....	5-34
5.9	Hubungan Matriks IE dan Matriks SWOT.....	5-39
5.10	Analisa Gabungan Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA), Metode <i>Correspondence Analysis</i> (CA), dan Uji Hipotesis.....	5-41
5.10.1	<i>Targeting</i>	5-42
5.10.2	<i>Positioning</i>	5-43
5.11	Usulan.....	5-45
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN		
6.1	Kesimpulan.....	6-1
6.2	Saran.....	6-22
DAFTAR PUSTAKA		xi
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Data Penurunan Penjualan Juni 2016-2017	1-2
Tabel 2.1	Matriks SWOT	2-37
Tabel 3.1	Kuesioner Pendahuluan	3-12
Tabel 3.2	Variabel-variabel Eksternal untuk Wawancara	3-23
Tabel 3.3	Pengelompokan <i>rating</i> IFE	3-24
Tabel 3.4	Matriks IFE	3-25
Tabel 3.5	Matriks EFE	3-26
Tabel 3.6	Keterkaitan antara IPA, CA, dan Uji Hipotesis Rata-rata	3-29
Tabel 4.1	Kuesioner Pendahuluan	4-7
Tabel 4.2	Kuesioner Kepentingan	4-8
Tabel 4.3	Kuesioner Kinerja	4-9
Tabel 4.4	Jenis Kelamin	4-10
Tabel 4.5	Jenis Pekerjaan	4-10
Tabel 4.6	Domisili	4-10
Tabel 4.7	Pendapatan	4-10
Tabel 4.8	Biaya yang Disiapkan	4-11
Tabel 4.9	Tujuan datang ke toko Meubel “X”	4-11
Tabel 4.10	Jenis Meubel	4-11
Tabel 4.11	Alasan Utama	4-11
Tabel 4.12	Informasi Mengenai toko	4-12
Tabel 4.13	Media sosial	4-12
Tabel 5.1	Hasil Pengolahan Pesaing	5-1
Tabel 5.2	Hasil Pengolahan Kuesioner Pendahuluan Keseluruhan	5-2
Tabel 5.3	Variabel yang dijadikan Kuesioner Penelitian	5-3
Tabel 5.4	Variabel yang ditolak atau dihilangkan	5-4
Tabel 5.5	Hasil Uji Validitas (Tingkat Kepentingan)	5-11
Tabel 5.6	Perbandingan r Hitung dan r Kritis (Tingkat Kepentingan)	5-12
Tabel 5.7	Output SPSS Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-13
Tabel 5.8	Hasil Uji Validitas (Tingkat Kinerja)	5-14
Tabel 5.9	Hasil Perbandingan r Hitung dan r Kritis (Tingkat Kinerja)	5-15

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 5.10	utput SPSS Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja	5-16
Tabel 5.11	Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja	5-17
Tabel 5.12	Variabel-variabel Kuadran I	5-20
Tabel 5.13	Variabel-variabel Kuadran II	5-20
Tabel 5.14	Variabel-variabel Kuadran III	5-21
Tabel 5.15	Variabel-variabel Kuadran IV	5-21
Tabel 5.16	Hasil Peringkat Keunggulan Tiap Variabel	5-22
Tabel 5.17	Hasil Perhitungan Jarak Metode <i>Correspondence Analysis</i>	5-24
Tabel 5.18	Variabel-Variabel Keunggulan dari Toko Meubel “X”	5-25
Tabel 5.19	Variabel-Variabel Tidak Unggul dari Toko Meubel “X”	5-25
Tabel 5.20	Tabel hasil Uji Hipotesis	5-27
Tabel 5.21	Variabel Konsumen yang Puas	5-28
Tabel 5.22	Variabel Konsumen yang Tidak Puas	5-28
Tabel 5.23	Pengelompokan <i>rating</i> IFE	5-30
Tabel 5.24	<i>Internal Factor Evaluation</i> Toko Meubel “X”	5-31
Tabel 5.25	<i>External Factor Evaluation</i> Toko Meubel “X”	5-32
Tabel 5.26	Matriks SWOT Toko Meubel “X” (Strategi SO)	5-34
Tabel 5.27	Matriks SWOT Toko Meubel “X” (Strategi ST)	5-35
Tabel 5.28	Matriks SWOT Toko Meubel “X” (Strategi (WO)	5-36
Tabel 5.29	Matriks SWOT Toko Meubel “X” (Strategi (WT)	5-37
Tabel 5.30	Analisa Gabungan	5-42

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Grafik Penurunan Penjualan Juni 2016-2017	1-3
Gambar 2.1	Teknik <i>Sampling</i>	2-8
Gambar 2.2	Kerangka Formulasi Strategis	2-26
Gambar 2.3	Diagram Diagram <i>Kartesian</i> IPA	2-29
Gambar 2.4	Matriks IFE	2-31
Gambar 2.5	Matriks EFE	2-32
Gambar 2.6	Matriks IE	2-33
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan)	3-2
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan)	3-3
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan)	3-4
Gambar 3.2	Diagram Diagram Kuadran Metode IPA	3-20
Gambar 3.3	Matriks IE	3-28
Gambar 3.4	Matriks SWOT	3-29
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Perusahaan	4-1
Gambar 5.1	Grafik <i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin	5-4
Gambar 5.2	Grafik <i>Pie Chart</i> Jenis Pekerjaan	5-5
Gambar 5.3	Grafik <i>Pie Chart</i> Domisili	5-5
Gambar 5.4	Grafik <i>Pie Chart</i> Pendapatan	5-6
Gambar 5.5	Grafik <i>Pie Chart</i> Biaya yang Disiapkan	5-7
Gambar 5.6	Grafik <i>Pie Chart</i> Tujuan datang ke toko Meubel “X”	5-7
Gambar 5.7	Grafik <i>Pie Chart</i> Jenis Meubel	5-8
Gambar 5.8	Grafik <i>Pie Chart</i> Alasan Utama	5-8
Gambar 5.9	Grafik <i>Pie Chart</i> Informasi Mengenai toko	5-9
Gambar 5.10	Grafik <i>Pie Chart</i> Media sosial	5-10
Gambar 5.11	Gambar <i>Scatter Plot</i> Program SPSS	5-19
Gambar 5.12	Hasil Output SPSS <i>Correspondence Analysis</i>	5-23
Gambar 5.13	Grafik Wilayah Kritis H_0	5-29
Gambar 5.14	Matriks Internal-Eksternal Toko Meubel “X”	5-33
Gambar 5.15	Kelengkapan jenis Meubel Lemari	5-64

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 5.16	Jensi Meubel Lemari anak	5-65
Gambar 5.17	Tampak dalam Toko Meubel “X”	5-69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	Form Validitas Konstruk	L-1
Lampiran 2	Kuesioner Pendahuluan	L-2
Lampiran 3	Kuesioner Penelitian	L-3
Lampiran 4	Hasil Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	L-4
Lampiran 5	Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian Tingkat Kinerja	L-5
Lampiran 6	Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian Tingkat Kepentingan	L-6
Lampiran 7	Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian Tingkat Keunggulan	L-7
Lampiran 8	SPSS Validitas Reliabilitas Kepentingan	L-8
Lampiran 9	SPSS Validitas Reliabilitas Kinerja	L-9
Lampiran 10	SPSS Output IPA	L-10
Lampiran 11	SPSS Output CA Jarak	L-11
Lampiran 12	Tabel Nilai r	L-12
Lampiran 13	Tabel Nilai Z	L-13

