

ABSTRAK

Pisetta Italian Ice Cream adalah suatu perusahaan *ice cream* yang memiliki 6 cabang di Bandung yaitu pada Cihampelas Walk, *Hyper Square*, *D’Kosmo*, Istana Plaza, BTC1 dan Kopo Square. Penelitian kali ini dilakukan pada satu *counter Pisetta* yang terletak pada area *food court* Istana Plaza, Bandung. *Counter* ini berdiri di Istana Plaza pada tanggal 5 Agustus 2005. Pada awal berdiri *Pisetta* menempati area LG kemudian pada bulan Mei 2006 oleh pihak manajemen Istana Plaza dipindahkan ke area *food court*. Ternyata setelah dipindahkan di area *food court* terjadi penurunan penjualan. Menurut pihak dari *Pisetta* penurunan penjualan ini diakibatkan oleh adanya pesaing dilokasi yang sama yaitu *Baskin Robbins* yang sama-sama menjual *ice cream* dengan penyajian yang sama. *Baskin Robbins* lebih dahulu berada di Istana Plaza dari pada *Pisetta*. Penurunan penjualan ini terbukti dari rata-rata penjualan *Pisetta* yang per hari-nya mencapai 30 *scoop* pada hari Senin-Jumat yang sebelumnya bisa mencapai 40-45 *scoop* per hari sedangkan pada hari Sabtu dan Minggu mencapai 60 *scoop* per hari yang sebelumnya bisa mencapai 75-80 *scoop* per hari. Jika dibandingkan dengan *Baskin Robbins* jumlah penjualan sebelum adanya *Pisetta* pada hari Senin-Jumat mencapai 50 *scoop* perhari dan pada hari Sabtu dan Minggu mencapai 85 *scoop* per hari. Penjualan *Baskin Robbins* setelah adanya *Pisetta* pada hari Senin-Jumat mencapai 60 *scoop* perhari dan pada hari Sabtu dan Minggu mencapai 90 *scoop* per hari.

Identifikasi variabel penelitian menggunakan konsep bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*), teknik sampling yang digunakan untuk penyebaran kuesioner adalah dengan *Purposive Sampling* (sampel yang dipilih dengan cermat sehingga relevan dengan tujuan penelitian) dan pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan kuesioner. Penyebaran kuesioner ditujukan pada responden yang pernah mengkonsumsi *ice cream Pisetta* dan *Baskin*. Metode pemecahan masalah yang digunakan adalah *Strength, Weakness, Opportunities, dan Threat* (SWOT) dan *Correspondence Analysis* (CA). Tujuan dari SWOT adalah untuk mengetahui kelebihan, kelemahan, peluang serta ancaman usaha. Tujuan dari CA adalah untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan *counter* berdasarkan persepsi konsumen.

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa strategi yang digunakan *Pisetta* saat ini yaitu *Pisetta* adalah *ice cream Gelato*, adanya *free tester*, adanya *free topping*, promosi melalui brosur, adanya *delivery services*, harga yang terjangkau. Strategi persaingan didapatkan dari matrik SWOT, kemudian usulan yang diberikan yaitu adanya *free tester*, lebih memperhatikan produktivitas karyawan, memelihara kebersihan *counter*, menyediakan variasi rasa *topping*, mempererat hubungan kerja sama dengan salah satu *supplier*, melakukan promosi melalui pembagian brosur dan pemasangan iklan, menambahkan variasi rasa, membuat daftar *menu* yang jelas, mencantumkan nomor depkes RI, lebih memperhatikan kualitas produk maupun pelayanan, memberikan *souvenir* untuk setiap transaksi, menetapkan harga yang sesuai dengan rasa yang ditawarkan.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1-1
1.2. Identifikasi Masalah	1-2
1.3. Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	1-3
1.4. Perumusan Masalah.....	1-3
1.5. Tujuan Penelitian.....	1-3
1.6. Sistematika Penulisan	1-4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Barang dan Jasa	
2.1.1. Barang	2-1
2.1.2. Tingkatan Jenis Produk	2-1
2.1.3. Jasa	2-1
2.1.4. Klasifikasi Jasa	2-2
2.2. Teknik Pengumpulan Data	2-4
2.3. Teknik Pengambilan Sampel	
2.3.1. Populasi	2-5
2.3.2. Teknik Penentuan Sampel	2-6
2.3.3. Ukuran Sample	2-9
2.4. Skala Pengukuran	2-9
2.5. Tipe Skala Pengukuran.....	2-10
2.6. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-12

2.6.1. Pengujian Validitas Instrumen	2-12
2.6.2. Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-14
2.7. SPSS untuk Menguji Validitas dan Reliabilitas	2-15
2.8. Konsep Bauran Pemasaran	2-16
2.9. Konsep <i>Strength, Weakness, Opportunities, Threat</i> (SWOT).....	2-20
2.9.1. Matrik Faktor Strategi Eksternal	2-21
2.9.2. Matrik Faktor Strategi Internal.....	2-22
2.9.3. Matrik <i>Strength, Weakness, Opportunities, Threat</i> (SWOT)	2-24
2.10. <i>Correspondence Analysis</i> (CA).....	2-25

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Kerangka Penelitian.....	3-1
3.2. Penelitian Pendahuluan.....	3-3
3.3. Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	3-4
3.4. Perumusan Masalah	3-5
3.5. Penentuan Tujuan Penelitian	3-5
3.6. Identifikasi Variabel Penelitian	3-5
3.7. Pengumpulan Data.....	3-7
3.8. Penyusunan Kuesioner Pendahuluan.....	3-7
3.9. Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Pendahuluan	3-7
3.10. Pengujian Validitas Konstruksi	3-7
3.11. Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-8
3.12. Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-8
3.13. Penyusunan Kuesioner Penelitian	3-8
3.14. Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Penelitian.....	3-9
3.15. Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-10
3.16. Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	3-10
3.17. Pengolahan Data	3-12
3.18. Analisis	3-16
3.19. Usulan.....	3-16
3.20. Kesimpulan dan Saran	3-16

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1. Data Umum Perusahaan	
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	4-1
4.1.2. Struktur Organisasi.....	4-2
4.1.3. Wewenang dan Tangung Jawab	4-2
4.2. Kuesioner	
4.2.1. Kuesioner Pendahuluan.....	4-4
4.2.2. Kuesioner Penelitian.....	4-17
4.2.3. Data-data <i>Strength, Weakness, Opportunities, Threat</i> (SWOT)	4-20

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	
5.1.1. Pengujian Validitas Instrumen	5-1
5.1.2. Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	5-3
5.2. Karakteristik Responden.....	5-4
5.3. Perhitungan Tingkat Kepuasan pada <i>Counter Pisetta</i>	5-6
5.4. Pengolahan Data dan Analisis	
5.4.1. Analisis Karakteristik Responden	5-7
5.4.2. Matrik EFAS	5-8
5.4.3. Analisis Matrik EFAS	5-8
5.4.4. Matrik IFAS	5-10
5.4.5. Analisis Matrik IFAS	5-10
5.4.6. Matrik SWOT.....	5-12
5.4.7. Analisis Matrik SWOT.....	5-12
5.4.8. Pengolahan Data dengan <i>Correspondence Analysis</i> (CA).....	5-15
5.4.9. Analisis <i>Correspondence Analysis</i> (CA).....	5-16
5.4.10. Analisis Hasil CA dengan Tingkat Kepuasan	5-20

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan.....	6-1
6.2. Saran	6-7

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Variabel penelitian	3-6
4.1	Pengujian <i>Cochran Q Test</i>	4-4
4.2	Atribut Penelitian	4-5
4.3	Hasil Pengujian <i>Cochran Q Test</i>	4-16
4.4	Jenis Kelamin Responden	4-18
4.5	Usia Responden	4-18
4.6	Pekerjaan Responden	4-18
4.7	Uang Saku Responden	4-18
4.8	Penghasilan Responden	4-19
4.9	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 2	4-19
4.10	<i>External Strategic Factor Analysis Summary (EFAS)</i>	4-20
4.11	<i>Internal Strategic Factor Analysis Summary (IFAS)</i>	4-20
5.1	Pengujian Validitas Kuesioner Penelitian	5-2
5.2	Hasil Pengujian Reliabilitas	5-4
5.3	Jenis Kelamin Responden	5-4
5.4	Usia Responden	5-4
5.5	Pekerjaan Responden	5-5
5.6	Uang Saku Responden	5-5
5.7	Penghasilan Responden	5-5
5.8	Perhitungan Tingkat Kepuasan	5-6
5.9	<i>External Strategic Factor Analysis Summary (EFAS)</i>	5-8
5.10	<i>Internal Strategic Factor Analysis Summary (IFAS)</i>	5-10
5.11	Matrik SWOT	5-12
5.12	Kelebihan Masing-masing <i>Counter</i>	5-17
5.13	Hasil CA dan Tingkat Kepuasan	5-20

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
3.1	Metodologi Penelitian	3-1
3.2	Sistematika Pengolahan Data SWOT	3-13
3.3	Model Strategi Koorporat	3-14
4.1	Struktur Organisasi <i>Pisetta Italian Ice Cream</i>	4-2
4.2	Diagram Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 1	4-17
5.1	Model Strategi Koorporat	5-15
5.2	Grafik <i>Rows and Colums Scores</i>	5-16

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Pendahuluan	L-1
2	Kuesioner Penelitian	L-2
3	Tabel <i>Chi Square</i>	L-3
4	Tabel <i>R-Product Moment</i>	L-4
5	Perhitungan Uji Validitas dan Reliabilitas	L-5
6	Perhitungan Tingkat Kepuasan	L-6
7	Hasil Pengolahan <i>Correspondence Analysis</i>	L-7

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

Nama Mahasiswa : Yohanes Anton Agus
NRP : 0323081
Judul Tugas Akhir : “Analisis dan Usulan Strategi Persaingan *Ice Cream*
(Studi Kasus di *Pisetta Italian Ice Cream*, Istana Plaza Bandung)”

Komentar-Komentar Dosen Penguji:

- **Indah Victoria, ST, MT.**
 - Usulan didasarkan pada hasil CA dan kuesioner tingkat kepuasan.
 - Usulan ini mengacu ke SO, ST, WO, WT dari matrik SWOT dalam membandingkan a untuk mengacu ke b. Terlalu banyak keywords untuk dihubungkan, sulit untuk melihat hubungan antara SWOT dan CA.
 - Profil responden tidak sama dengan hasil wawancara, hati-hati dalam mengambil kesimpulan karena anda memang sengaja tidak mengambil responden anak-anak.
- **Jimmy Gozali, ST, MT.**
 - Abstrak paragraf 3 sebaiknya hasil penelitian yang ditampilkan strategi saat ini dan usulan.
 - Matrik SWOT sebaiknya berisi strategi yang terapkan pada saat ini. Usulan strategi berdasarkan CA dan kuesioner kepuasan.
- **Melina Hermawan, ST, MT.**
 - Perbaiki bab 1.2 pernyataan tentang adanya penurunan dipindahkan pada bab 1.1. Karena 1.2 adalah faktor-faktor penyebab terjadi masalah pada bab 1.1.
 - Untuk apa dasar segmentasi dari usia, jenis kelamin dan pekerjaan? Dapatkah strategi untuk kasus ini melihat hasil segmentasi usia dan lain-lain jika usia dan lain-lain. Jadi dasar dalam strategi sebaiknya ditiadakan.
 - Bab 3.3 sebutkan metode pemecahan masalah yang digunakan.
 - Tambahan bab 3.6 wawancara terhadap siapa?

DATA PENULIS

Nama : Yohanes Anton Agus
Alamat di Bandung : Surya Sumantri No. 55, Bandung
Alamat Asal : Jl Sekar Kemuning No.07, Cirebon
No Telp. Asal : (0231) 485744
No. Handphone : (022) 91186453 - 081573599098
Alamat Email : ans_cools@yahoo.com
Pendidikan : SMU BPK I, Cirebon
Jurusan Teknik Industri Universitas Kristen Maranatha
Nilai Tugas Akhir : B+
Tanggal USTA : 5 Februari 2007