

ABSTRAK

CV. Santosa merupakan distributor pertama ban Bridgestone di wilayah Jawa Barat yang telah berdiri sejak tahun 1978. Mulai tahun 2005 hingga tahun 2009, CV. Santosa mengalami penurunan pencapaian target penjualan sebanyak 8-12% tiap tahunnya. Hal ini disebabkan oleh persaingan antara sesama distributor ban Bridgestone yang semakin ketat. Dengan demikian diperlukan penelitian untuk mengetahui strategi bersaing yang tepat guna membantu CV. Santosa untuk mengatasi permasalahan penurunan pencapaian target penjualan.

Penelitian dilakukan untuk dapat mengusulkan strategi-strategi yang sesuai untuk dijalankan CV. Santosa guna memenangkan persaingan. Berdasarkan hasil wawancara pendahuluan, dapat diidentifikasi permasalahan yang muncul dan ditentukan perumusan serta pembatasan masalahnya. Untuk mendapatkan hasil strategi dalam penelitian ini, maka dilakukan pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner pendahuluan, kuesioner penelitian, serta wawancara kepada pihak CV. Santosa. Dari hasil kuesioner pendahuluan didapat variabel-variabel yang akan dijadikan acuan sebagai variabel pada kuesioner penelitian. Setelah kuesioner penelitian tersebut disebar, maka data tersebut diteliti dahulu valid dan reliabelnya. Data yang telah valid tersebut diolah dengan menggunakan metode IPA yang berfungsi untuk mengelompokkan variabel penelitian kedalam suatu kuadran, dan SWOT yang berfungsi untuk menentukan strategi yang tepat digunakan dengan mempertimbangkan faktor *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, *Threats*. Dari hasil analisis SWOT ini akan muncul usulan strategi-strategi bersaing untuk CV. Santosa.

Hasil dari penelitian ini bersumber dari hasil pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara, dan penyebaran kuesioner penelitian dengan teknik sampling jenuh sebanyak 24 responden. Kuesioner penelitian disebar kepada 24 responden yang merupakan pihak toko ritel ban yang menjadi pelanggan dari CV. Santosa. Hasil dari kuesioner penelitian ini akan diolah dengan metoda IPA, menghasilkan variabel-variabel yang terkelompok kedalam sebuah diagram berdasarkan tingkat kepentingan dan kepuasan. Lalu dari kuesioner penelitian juga dilakukan perhitungan bobot *ranking* dengan pesaing, untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan CV. Santosa dibanding pesaing yang dilihat dari perhitungan urutan rankingnya. Lalu hasil dari analisis pesaing ini digabungkan dengan pengelompokan hasil IPA untuk mengetahui prioritas kekuatan dan kelemahan dari CV. Santosa. Selanjutnya dilakukan wawancara kepada pihak CV. Santosa untuk mendiskusikan variabel yang akan diolah kedalam matriks IFE untuk faktor internalnya dan kedalam matriks EFE untuk faktor eksternalnya. Dari hasil matriks IFE dan EFE ini akan dipetakan kedalam matriks IE untuk mengetahui arahan strategi yang cocok. Selanjutnya dilakukan analisis SWOT, yaitu hasil dari variabel yang terdapat pada matriks IFE dan EFE yang juga mempertimbangkan hasil arahan strategi dari matriks IE. Hasil dari strategi ini juga dikelompokkan lagi berdasarkan 7P.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah usulan strategi bersaing untuk CV. Santosa, antara lain : meningkatkan kapasitas stok ban untuk mengantisipasi peluang toko baru yang bertambah, terus meningkatkan kemampuan salesman guna memasarkan ke toko ban lama maupun baru, lebih mengoptimalkan line telepon dengan menambah operator khusus penerima pesanan, meningkatkan dan mengoptimalkan ketersediaan kendaraan *delivery* guna melayani meluasnya jaringan toko baru dan strategi-strategi lainnya.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1 - 1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1 - 3
1.3 Pembatasan Masalah.....	1 - 3
1.4 Perumusan Masalah.....	1 - 4
1.5 Tujuan Penelitian.....	1 - 4
1.6 Sistematika Penulisan.....	1 - 5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran.....	2 - 1
2.1.1 Definisi Pemasaran	2 - 1
2.1.2 Bauran Pemasaran	2 - 1
2.2 Instrumen Penelitian	2 - 3
2.3 Skala Pengukuran	2 - 4
2.4 Populasi dan Sampel.....	2 - 6
2.5 Teknik Sampling	2 - 7
2.6 Pengujian Instrumen Penelitian.....	2 - 9
2.6.1 Pengujian Validitas Instrumen.....	2 - 9
2.6.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen	2 - 10
2.7 Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	2 - 10
2.8 Persaingan	2 - 13
2.9 Macam-macam Strategi Utama dari Fred R. David	2 - 15
2.10 Rantai Nilai (<i>Value Chain</i>).....	2 - 18
2.11 <i>IFE Matrix</i>	2 - 19

2.12 <i>EFE Matrix</i>	2 - 20
2.13 <i>IE Matrix</i>	2 - 21
2.14 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	2 - 22
2.15 Matriks SWOT	2 - 24

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 <i>Flow Chart</i> (Penelitian Keseluruhan)	3 - 1
3.2 <i>Flow Chart</i> (Metode dalam Pengolahan Data)	3 - 3
3.3 Keterangan <i>Flow Chart</i>	3 - 4
3.3.1 Penelitian Pendahuluan.....	3 - 4
3.3.2 Identifikasi Masalah	3 - 4
3.3.3 Pembatasan Masalah	3 - 5
3.3.4 Perumusan Masalah	3 - 5
3.3.5 Tujuan Penelitian	3 - 6
3.3.6 Studi Pustaka.....	3 - 6
3.3.7 Penentuan Variabel Penelitian	3 - 6
3.3.8 Penyusunan Kuesioner Kosong (Pendahuluan).....	3 - 7
3.3.9 Penyebaran Kuesioner Kosong (Pendahuluan).....	3 - 8
3.3.11 Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3 - 9
3.3.12 Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel.....	3 - 9
3.3.13 Pengujian Validitas Konstruk.....	3 - 9
3.3.14 Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3 - 10
3.3.15 Pengujian Validitas (SPSS).....	3 - 10
3.3.16 Pengujian Reliabilitas (SPSS).....	3 - 11
3.3.17 Pengolahan Data (IPA & Analisis Pesaing).....	3 - 11
3.3.18 Penyusunan Pedoman Wawancara.....	3 - 13
3.3.19 Wawancara dengan Pihak CV.Santosa.....	3 - 15
3.3.20 Pengolahan Matriks IFE, EFE, IE	3 - 15
3.3.21 Penyusunan Matriks SWOT.....	3 - 16
3.3.22 Analisis dan Usulan dari Matriks SWOT	3 - 16
3.3.23 Kesimpulan dan Saran.....	3 - 17

4.1 Data Umum Perusahaan.....	4 - 1
4.1.1 Sejarah Perusahaan	4 - 1
4.1.2 Daftar Konsumen(Toko Ritel) CV.Santosa.....	4 - 2
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	4 - 3
4.2 Kuesioner Pendahuluan	4 - 3
4.3 Kuesioner Penelitian	4 - 18
4.4 Wawancara Pihak CV. Santosa.....	4 - 22
4.4.1 Wawancara Faktor Eksternal.....	4 - 22
4.4.2 Wawancara Faktor Internal.....	4 - 25
4.4.3 Rantai Nilai(<i>Value Chain</i>).....	4 - 26
4.4.4 Prioritas Tabel SWOT.....	4 - 28

5.1	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Penelitian.....	5 - 1
5.1.1	Pengujian Validitas Kuesioner Penelitian.....	5 - 1
5.1.2	Pengujian Reliabilitas Kuesioner penelitian.....	5 - 5
5.2	Pengolahan Data dengan Metode IPA.....	5 - 10
5.3	Analisis Persaingan.....	5 - 13
5.4	Pengolahan dan Analisis SWOT.....	5 - 20
5.4.1	Matriks IFE (<i>Internal Factors Evaluation Matrix</i>).....	5 - 20
5.4.2	Matriks EFE (<i>Eksternal Factors Evaluation Matrix</i>).....	5 - 23
5.4.3	Matriks Internal Eksternal (IE).....	5 - 23
5.4.4	Matriks SWOT.....	5 - 24
5.4.4.1	Analisis Strategi Matriks SWOT.....	5 - 26
5.4.4.2	Rangkuman Hasil Strategi dari Marketing Mix.....	5 - 31

6.1 Kesimpulan.....	6 - 1
6.2 Saran.....	6 - 5

LAMPIRAN

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
1.1	Target Penjualan CV. Santosa	1 - 2
3.1	Data Variabel Penelitian	3 - 7
3.2	Pedoman Wawancara Faktor Eksternal	3 - 13
3.3	Pedoman Faktor <i>Value Chain</i>	3 - 15
4.1	Daftar Konsumen (Toko Ritel) CV. Santosa	4 - 2
4.2	<i>Customers Requirement Grouping</i>	4 - 16
4.3	Kuesioner Bagian 1 (Harapan dan Persepsi)	4 - 19
4.4	Kuesioner Bagian 1 (<i>Physical Evidence</i>)	4 - 20
4.5	Hasil Kuesioner <i>Ranking</i>	4 - 21
4.6	Wawancara faktor Internal	4 - 26
4.7	Daftar prioritas variabel <i>Strength-Weakness</i>	4 - 28
4.8	Daftar prioritas variabel <i>Opportunities-Threat</i>	4 - 29
5.1	Uji Validitas Tingkat Kepentingan (SPSS 16.0)	5 - 3
5.2	Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan (SPSS 16.0)	5 - 4
5.3	Uji Validitas Tingkat Kepuasan (SPSS 16.0)	5 - 5
5.4	Uji Reliabilitas Tingkat Kepuasan (SPSS 16.0)	5 - 6
5.5	Rangkuman Hasil Validitas Data	5 - 7
5.6	Validitas Kepentingan <i>Physical Evidence</i>	5 - 8
5.7	Reliabilitas Kepentingan <i>Physical Evidence</i>	5 - 8
5.8	Validitas Kepuasan <i>Physical Evidence</i>	5 - 9
5.9	Reliabilitas Kepuasan <i>Physical Evidence</i>	5 - 9
5.10	Perhitungan X dan Y untuk Matriks IPA	5 - 10
5.11	Posisi variabel dalam kuadran	5 - 12
5.12	Rangkuman <i>Ranking</i> Distributor	5 - 13
5.13	Rangkuman Urutan <i>Ranking</i>	5 - 15
5.14	Tabel Keunggulan&Kelemahan Dibanding Pesaing	5 - 16

5.15	Urutan Prioritas Kekuatan dan Kelemahan	5 - 17
------	---	--------

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
5.16	Transisi Hasil Prioritas dan Wawancara	5 - 21
5.17	Matriks IFE	5 - 22
5.18	Matriks EFE	5 - 23
5.19	Matriks SWOT	5 - 25
5.20	Rangkuman Strategi (SWOT - 7 P)	5 - 31
6.1	Variabel Penting (persepsi toko)	6 - 1
6.2	Kelemahan CV. Santosa dibanding pesaing	6 - 2
6.3	Faktor Kepuasan & Ketidakpuasan Konsumen	6 - 3
6.4	Usulan Strategi-strategi Bersaing CV. Santosa	6 - 4

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
2.1	Teknik Sampling	2 - 7
2.2	Hirarki Hubungan <i>Customers Requirements</i>	2 - 12
2.3	Lima Kekuatan Bersaing	2 - 13
2.4	Konsep <i>Value Chains</i>	2 - 18
2.5	<i>Internal-Eksternal Matrix</i>	2 - 21
2.6	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	2 - 23
3.1	<i>Flow Chart</i> (Penelitian Keseluruhan)	3 - 1
3.2	<i>Flow Chart</i> (Pengolahan Data)	3 - 3
3.3	Diagram Hubungan Antara <i>Tools</i>	3 - 12
3.4	Konsep <i>Value Chain</i>	3 - 14
4.1	Struktur Organisasi CV.Santosa	4 - 3
4.2	Konsep <i>Value Chains</i>	4 - 26
5.1	Diagram <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	5 - 11
5.2	<i>Internal – Eksternal Matrix</i>	5 - 24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Hal
A	Kuesioner Pendahuluan	LA - 1
A	Kuesioner Penelitian	LA - 2
A	Validasi Konstruk	LA - 3
B	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	LB - 1
B	Data Mentah Kuesioner Penelitian(Kepentingan)	LB - 2
B	Data Mentah Kuesioner Penelitian(Kepuasan)	LB - 3
B	Data Mentah Kuesioner Penelitian(Ranking)	LB - 4
C	Tabel R <i>Pearson Product Moment</i>	LC - 1
C	Uji Validitas (SPSS) Kepentingan	LC - 2
C	Uji Validitas (SPSS) Kepuasan	LC - 3
D	Lembar Komentar Dosen Pembimbing	LD - 1
D	Lembar Komentar Dosen Penguji (Sidang)	LD - 2