

ABSTRAK

Pemasaran Global sudah tidak dapat dihindarkan lagi, terutama Indonesia dengan jumlah penduduk terbesar di Asia Tenggara, merupakan sasaran utama dalam memasarkan produk-produk import. Hal tersebut berdampak langsung pada produsen dalam negeri, dimana secara langsung mereka akan bersaing dengan produk import lain yang beredar dipasaran. Donatello merupakan salah satu produsen sepatu dalam negeri yang cukup dikenal umum. Dampak tersebut membuat perusahaan sepatu Donatello mengalami penurunan penjualan sebesar 15% pada akhir tahun 2008 sampai dengan akhir tahun 2009. Penelitian dilakukan di CV. Bintang Buana Karya yaitu perusahaan yang memproduksi sepatu dengan merek Donatello.

Pada penelitian ini pengambilan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner. Dalam penyebaran kuesioner teknik sampling yang digunakan dalam penyebaran kuesioner adalah *Purposive Sampling* sedangkan untuk teknik wawancara dilakukan dengan menayakan faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada pihak manajemen. Penyebaran kuesioner ditujukan pada responden wanita yang pernah memakai dan membeli produk sepatu DONATELLO. Untuk selanjutnya data yang telah terkumpul tersebut akan diolah menggunakan Uji Hipotesis Kepuasan Konsumen, data yang digunakan adalah data kuesioner bagian 2, yang telah diuji valid dan reliabel. Uji Hipotesis Kepuasan Konsumen ini berguna untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk sepatu Donatello. Sedangkan data hasil wawancara dengan pihak Donatello selanjutnya akan digunakan untuk mengolah *Intenal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *External Factor Analysis Summary* (EFAS), hasil yang diperoleh pengolahan tersebut adalah Matrik *Internal External* yang berguna dalam menentukan strategi yang dapat diusulkan pada perusahaan. Selanjutnya hasil pengolahan Uji Hipotesis Kepuasan Konsumen akan dikaitkan dengan *Intenal Factor Analysis Summary* (IFAS), dengan tujuan untuk mengetahui variabel mana saja yang dianggap kekuatan perusahaan tetapi dianggap lemah oleh konsumen, dan begitu sebaliknya. Untuk pengolahan STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*) akan didasarkan pada hasil kuesioner pada bagian 1, yang kemudian diambil persentase terbesar untuk menentukan target dan *positioning* dari perusahaan.

Usulan yang dapat diberikan pada penelitian ini berupa matrik TOWS, dimana prioritas usulan akan didasarkan pada variabel yang dirasa konsumen belum puas. Usulan strategi WT: Melakukan survei untuk menentukan warna apa saja yang diminati konsumen, dan Melakukan survei untuk menentukan strategi periklanan yang paling efektif dan efisien. Usulan strategi WO: Menyediakan variasi warna pada sepatu yang cukup diminati, Memberikan potongan harga untuk pembelian banyak, dengan memberikan konfirmasi kepada pihak menejemen, dan Melakukan perbaikan pada proses pemasaran, khususnya pada periklanan elektronik dan selebaran. Usulan strategi ST: Mengimbangi strategi pemasaran pesaing, Menginformasikan keunggulan produk perusahaan, dan Memberikan suasana yang nyaman pada saat berbelanja. Usulan strategi SO: Membuat produk yang Premium, dan Memanfaatkan teknologi dalam merancang produk yang lebih baik (Ergonomik, Menarik, Awet, dll).

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	1-2
1.4 Perumusan Masalah.....	1-2
1.5 Tujuan Penelitian	1-3
1.6 Sistematika Penulisan	1-3
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Produk	2-1
2.2 Klasifikasi Produk	2-1
2.3 Pengertian Barang dan Jasa	2-2
2.3.1 Pengertian Barang.....	2-2
2.3.2 Lima Tingkatan Produk	2-2
2.3.3 Pengertian Jasa	2-3
2.3.4 Karakteristik Jasa.....	2-3
2.3.5 Klasifikasi Jasa.....	2-4
2.4 Metode Pengumpulan Data.....	2-7
2.5 Sumber Data.....	2-9
2.6 Populasi dan Sample.....	2-9
2.6.1 Populasi.....	2-9
2.6.2 Sample.....	2-9
2.7 Teknik Sampling	2-10
2.8 Ukuran Sample.....	2-13

2.9	Skala Pengukuran	2-14
2.10	Tipe Skala Pengukuran	2-15
2.11	Pengujian Instrumen Penelitian.....	2-16
2.11.1	Pengujian Validitas Instrumen	2-17
2.11.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-20
2.12	Bauran Pemasaran	2-22
2.13	Uji Signifikansi	2-25
2.14	Konsep <i>Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat</i> (SWOT) ..	2-26
2.15	Matriks Faktor Strategi Eksternal	2-26
2.16	Matriks TOWS atau SWOT	2-29
2.17	<i>Segmentation, Targeting dan Positioning</i>	2-31
2.17.1	<i>Segmentation</i>	2-31
2.17.2	<i>Targeting</i>	2-31
2.17.3	<i>Positioning</i>	2-33
2.18	Strategi <i>Porter</i>	2-34
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Sistematika Penelitian	3-1
3.2	Keterangan <i>Flow Chart</i>	3-4
BAB 4 PENGUMPULAN DATA		
4.1	Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1	Sejarah dan Perkembangan Perusahaan.....	4-1
4.1.2	Struktur Organisasi Perusahaan.....	4-2
4.2	Penyebaran dan Pengambilan Data Kuesioner	4-5
4.3	Data Uji Hipotesis	4-5
4.4	<i>Streanght, Weakness, Opportunities, Threats</i> (SWOT)	4-6
4.5	Data Profil Responden.....	4-10
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS		
5.1	Pengolahan Data Profil Responden.....	5-1
5.2	Pengujian Validasi Konstruk	5-2
5.3	Pengujian Validitas Instrumen.....	5-2
5.3.1	Tingkat Performansi	5-3
5.3.2	Tingkat Kepentingan.....	5-5

5.4	Pengujian Reliabilitas Instrumen	5-7
5.4.1	Tingkat Performansi	5-7
5.4.2	Tingkat Kepentingan.....	5-7
5.5	Uji Hipotesis Kepuasan Konsumen.....	5-8
5.6	Matriks Faktor Strategi Eksternal (<i>Opportunity, Threat</i>).....	5-10
5.7	Matriks Faktor Strategi Internal (<i>Streangth, Weakness</i>)	5-11
5.8	Matriks Internal Eksternal	5-13
5.9	Analisis Keterkaitan Uji Hipotesis Kepuasan Konsumen dan IFAS (<i>Strength, Weakness</i>)	5-14
5.10	Analisis STP (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>).....	5-16
5.11	Analisis Kondisi Eksternal (Peluang dan Ancaman) dan Internal (Kekuatan dan Kelemahan)	5-20
5.12	Usulan Strategi Pemasaran	5-28
5.12.1	Matriks TOWS	5-28
5.12.2	Rangkuman Matrik TOWS Berdasarkan <i>Marketing Mix</i>	5-37
5.12.3	Prioritas Usulan	5-38
5.12.4	Usulan <i>Job Description</i> Untuk Bagian Pemasaran.....	5-39
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN		
6.1	Kesimpulan	6-1
6.2	Saran	6-6
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
KOMENTAR DOSEN PENGUJI		
DATA PENULIS		

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Tabel Ukuran Sample	2-13
2.2	Contoh <i>Internal Strategic Factors Analysis Summary</i>	2-27
3.1	Tabel Variabel Penelitian Awal (Stiadi / 9923143 . 2005)	3-7
3.2	Tabel Variabel Penelitian (Setelah Konstruk)	3-8
4.1	Tabel Performansi dan Tingkat Kepentingan	4-5
4.2	<i>External Strategic Faktors Analysis Summary</i> (EFAS)	4-6
4.3	<i>Internall Strategic Faktors Analysis Summary</i> (IFAS)	4-8
4.4	Tabel Data Profil Responden	4-10
5.1	Tabel Data Profil Responden	5-1
5.2	Tabel Uji Validitas Tingkat Performansi (Awal)	5-3
5.3	Tabel Uji Validitas Tingkat Performansi (Keseluruhan)	5-4
5.4	Tabel Uji Validitas Tingkat Kepentingan (Awal)	5-5
5.5	Tabel Uji Validitas Tingkat Kepentingan (Keseluruhan)	5-6
5.6	Tabel Uji Reliabilitas Performansi (Awal)	5-7
5.7	Tabel Uji Reliabilitas Performansi (Keseluruhan)	5-7
5.8	Tabel Uji Reliabilitas Kepentingan(Awal)	5-7
5.9	Tabel Uji Reliabilitas Kepentingan (Keseluruhan)	5-7
5.10	Tabel Uji Hipotesis	5-8
5.11	Tabel <i>External Strategic Faktors Analysis Summary</i> (EFAS)	5-10
5.12	Tabel <i>Internall Strategic Faktors Analysis Summary</i> (IFAS)	5-11
5.13	Tabel Kekuatan Perusahaan dan Kepuasan Konsumen	5-14
5.14	Tabel Kelemahan Perusahaan dan Kepuasan Konsumen	5-15
5.15	Tabel Persentase Usia Konsumen Sepatu Donatello	5-16
5.16	Tabel Persentase Jenis Kelamin Konsumen Sepatu Donatello	5-17
5.17	Tabel Persentase Pekerjaan Responden	5-17
5.18	Tabel Persentase Pendapatan Responden	5-18
5.19	Tabel Persentase Pengeluaran Responden	5-18
5.20	Tabel Rangkuman Strategi TOWS	5-37
5.21	Tabel Prioritas Usulan	5-38
6.1	Tabel Persepsi Konsumen	6-1
6.2	Tabel Harapan Konsumen	6-2
6.3	Tabel Usulan Strategi Pemasaran	6-5

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Gambar Klasifikasi Teknik Sampling	2-10
2.2	Gambar Internal Eksternal Matriks	2-28
2.3	Gambar Lima Kekuatan Bersaing	2-34
3.1	Gambar Sistematisa Penelitian	3-1
4.1	Struktur Organisasi Perusahaan CV. Bintang Buana Karya	4-2
4.2	Grafik Pekerjaan Responden	4-11
4.3	Grafik Umur Responden	4-11
4.4	Grafik Pendapatan Responden	4-12
4.5	Grafik Pengeluaran Responden	4-12
5.1	Wilayah Kritis performansi dan Kepentingan	5-9
5.2	Gambar Internal Eksternal Matriks	5-13
5.3	Gambar Matrik SWOT	5-28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	L1
2	Tabel r	L2
3	Tabel Uji Z	L3
4	Data Mentah	L4