

ABSTRAK

CV Cempaka Jaya merupakan salah satu produsen beras di Metro – Lampung yang didirikan oleh Bapak Tekurudin (Bun Sui) pada tahun 1985. Beras yang diproduksi bermerek Gelatik, Ayam Jago, dan Bintang. Selama tiga tahun belakangan (2010 – 2012) perusahaan mengalami penurunan penjualan beras Ayam Jago rata-rata sebesar 20,152% per tahun.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan memberi usulan strategi pemasaran berdasarkan bauran pemasaran kepada perusahaan dalam meningkatkan penjualan beras Ayam Jago. Variabel bauran pemasaran yang digunakan adalah 4P, yaitu *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion*.

Langkah awal penelitian adalah menyebarkan 30 kuesioner pendahuluan kepada pembeli beras merek apa saja, untuk mengetahui kompetitor beras Ayam Jago dan hal-hal yang dianggap penting oleh konsumen dalam membeli beras. Pengolahan data kuesioner pendahuluan menggunakan Uji *Cochran Q-Test* yang kemudian menghasilkan 15 atribut yang dianggap penting oleh konsumen saat membeli beras. Lima belas atribut tersebut selanjutnya disusun menjadi variabel-variabel kuesioner penelitian. Dari kuesioner pendahuluan diketahui bahwa kompetitor beras Ayam Jago adalah beras merek Delima.

Kuesioner penelitian disebarkan kepada 120 responden yang mengonsumsi beras Ayam Jago dan beras Delima. Pengolahan data untuk kuesioner penelitian menggunakan Uji Hipotesis Kepuasan, *Importance Performance Analysis* (IPA), dan *Correspondence Analysis* (CA). Data profil responden pada kuesioner penelitian digunakan untuk menganalisis *segmentation*, *targeting*, dan *positioning*.

Segmentasi dilakukan berdasarkan dimensi segmentasi demografis, geografis, psikografis, dan perilaku. Target pasar yang ditentukan adalah ibu rumah tangga yang berpenghasilan antara satu sampai lima juta rupiah per bulan, bertempat tinggal dan membeli beras di minimarket dan supermarket yang berlokasi di Metro Pusat/Timur/Barat, mengetahui dan mencoba beras Ayam Jago berdasarkan keinginan sendiri, dengan pembelian beras berapapun banyaknya setiap belanja bulanan, dengan harga beras antara Rp 8.000,- sampai Rp 9.000,- per kilogram. *Positioning* yang ditentukan berdasarkan kelebihan beras Ayam Jago dibandingkan beras Delima, yang memposisikan beras Ayam Jago sebagai “Beras Nikmat, Harga Hemat”. Usulan yang diberikan berdasarkan prioritas perbaikan yang diperoleh dari hasil penggabungan pengolahan *Correspondence Analysis*, Uji Hipotesis Kepuasan, dan *Importance Performance Analysis*. Ada delapan prioritas perbaikan yang diperoleh berdasarkan hasil pengolahan tersebut.

Beberapa perbaikan yang diusulkan adalah memastikan gabah kering dengan baik, menggunakan karung beras yang lebih kuat, menggunakan jenis gabah Ciherang yang berasal dari Lampung Tengah, memberikan sampel beras, memberikan potongan harga, mencantumkan tanggal kadaluarsa beras, melakukan distribusi penjualan beras ke minimarket dan supermarket yang berlokasi di Metro Pusat/Timur/Barat, menentukan Harga Eceran Tertinggi (HET), dan melakukan pengawasan terhadap proses penimbangan beras. Dengan demikian, diharapkan penjualan beras Ayam Jago meningkat.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
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 Pengertian Pemasaran	2 – 1
2.2 Bauran Pemasaran.....	2 – 1
2.2.1 <i>Product</i> (Produk).....	2 – 2
2.2.2 <i>Price</i> (Harga).....	2 – 2
2.2.3 <i>Place</i> (Tempat/Lokasi).....	2 – 3
2.2.4 <i>Promotion</i> (Promosi).....	2 – 3
2.2.5 <i>People</i> (Orang).....	2 – 3
2.2.6 <i>Process</i> (Proses).....	2 – 4
2.2.7 <i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik).....	2 – 5
2.3 Jenis Penelitian	2 – 5
2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	2 – 6
2.5 Populasi dan Sampel.....	2 – 6
2.6 Teknik Sampling.....	2 – 7
2.7 Ukuran Sampel	2 – 9

2.8	Skala Pengukuran	2 – 10
2.9	Pengujian <i>Cochran (Q – Test)</i>	2 – 13
2.10	Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2 – 15
2.10.1	Pengujian Validitas Instrumen	2 – 16
2.10.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen	2 – 18
2.11	<i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	2 – 19
2.11.1	<i>Segmentation</i>	2 – 19
2.11.2	<i>Targeting</i>	2 – 20
2.11.3	<i>Positioning</i>	2 – 20
2.12	Pengujian Hipotesis	2 – 21
2.13	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	2 – 23
2.14	<i>Correspondence Analysis (CA)</i>	2 – 26

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Penelitian Pendahuluan	3 – 1
3.2	Identifikasi Masalah.....	3 – 1
3.3	Pembatasan Masalah.....	3 – 1
3.4	Perumusan Masalah	3 – 2
3.5	Penentuan Tujuan Penelitian	3 – 6
3.6	Tinjauan Pustaka.....	3 – 7
3.7	Penentuan Jenis Data dan Sumber Data	3 – 7
3.8	Penentuan Variabel-variabel Penelitian Kuesioner Pendahuluan.....	3 – 7
3.9	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	3 – 9
3.10	Validitas Konstruk	3 – 9
3.11	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3 – 9
3.12	Pengujian <i>Cochran (Q-Test)</i>	3 – 10
3.13	Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3 – 11
3.14	Penyebaran Kuesioner Penelitian	3 – 14
3.15	Pengujian Validitas	3 – 15
3.16	Pengujian Reliabilitas	3 – 15
3.17	Pengolahan Data	3 – 16
3.18	Analisis	3 – 19

3.19	Pemberian Usulan Strategi Pemasaran	3 – 20
3.20	Kesimpulan dan Saran	3 – 20

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1	Data Umum Perusahaan.....	4 – 1
4.1.1	Sejarah Umum Perusahaan	4 – 1
4.1.2	Struktur Organisasi Perusahaan	4 – 2
4.2	Kuesioner Pendahuluan	4 – 3
4.3	Kuesioner Penelitian	4 – 5
4.3.1	Data Konsumen.....	4 – 5
4.3.2	Data Tingkat Kepentingan dan Tingkat Performansi	4 – 6
4.3.3	Data Peringkat.....	4 – 7

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1	Pengolahan Data	5 – 1
5.1.1	Kuesioner Pendahuluan.....	5 – 1
5.1.1.1	Uji <i>Cochran (Q-Test)</i>	5 – 1
5.1.1.2	Kompetitor	5 – 4
5.1.2	Kuesioner Penelitian	5 – 4
5.1.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	5 – 4
5.1.2.2	Uji Hipotesis	5 – 9
5.1.2.3	<i>Importance Performance Analysis</i>	5 – 12
5.1.2.4	<i>Correspondence Analysis</i>	5 – 16
5.2	Analisis	5 – 20
5.2.1	Analisis <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	5 – 20
5.2.1.1	<i>Segmentation</i>	5 – 20
5.2.1.2	<i>Targeting</i>	5 – 28
5.2.1.3	<i>Positioning</i>	5 – 28
5.2.2	Analisis Prioritas Perbaikan	5 – 29
5.3	Usulan	5 – 30

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	6 – 1
6.2	Saran	6 – 9

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Tabel Total Penjualan Beras Tahun 2010 – 2012	1 – 2
1.2	Tabel Persentase Penurunan atau Kenaikan Penjualan Beras Tahun 2010 – 2012	1 – 2
2.1	Tabel Pernyataan Menggunakan Jenis Data <i>Rating Scale</i>	2 – 13
3.1	Tabel Prioritas Perbaikan	3 – 20
4.1	Tabel Rangkuman Atribut Kuesioner Pendahuluan	4 – 4
4.2	Tabel Kompetitor Beras Ayam Jago	4 – 4
4.3	Tabel Data Profil Responden	4 – 5
4.4	Tabel Data Tingkat Kepentingan dan Tingkat Performansi	4 – 6
4.5	Tabel Data Peringkat (Jumlah Jawaban Responden)	4 – 7
5.1	Tabel Rangkuman Atribut Terbuang dan Atribut Tersisa Kuesioner Pendahuluan	5 – 3
5.2	Tabel Persentase Kompetitor Beras Ayam Jago	5 – 4
5.3	Tabel Uji Hipotesis	5 – 10
5.4	Tabel Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Performansi	5 – 12
5.5	Tabel Bobot Peringkat <i>Correspondence Analysis</i>	5 – 16
5.6	Tabel Jarak Kedekatan Objek Penelitian dengan Atribut	5 – 18
5.7	Tabel Peringkat Hasil Pengolahan <i>Correspondence Analysis</i>	5 – 19
5.8	Tabel Data Pekerjaan Responden	5 – 20
5.9	Tabel Data Penghasilan Responden	5 – 21
5.10	Tabel Data Tempat Tinggal Responden	5 – 22
5.11	Tabel Data Lokasi Responden Membeli Beras	5 – 23
5.12	Tabel Data Tempat Responden Membeli Beras	5 – 24

5.13	Tabel Data Cara Responden Mengetahui Beras Ayam Jago	5 – 25
5.14	Tabel Data Banyaknya Responden Membeli Beras	5 – 26
5.15	Tabel Data Harga Beras yang Dibeli Responden	5 – 27
5.16	Tabel Prioritas Perbaikan Gabungan Hasil <i>Correspondence Analysis</i> (CA), Uji Hipotesis, dan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	5 – 29

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Gambar Wilayah Kritis Pengujian <i>Cochran (Q – Test)</i>	2 – 14
2.2	Gambar Daerah Penolakan Uji Hipotesis	2 – 23
2.3	Gambar Matriks IPA	2 – 24
3.1	Sistematika Penelitian	3 – 3
3.2	Sistematika Penelitian (<i>lanjutan 1</i>)	3 – 4
3.3	Sistematika Penelitian (<i>lanjutan 2</i>)	3 – 5
3.4	Sistematika Penelitian (<i>lanjutan 3</i>)	3 – 6
3.5	Gambar Wilayah Kritis (Daerah Penolakan H_0)	3 – 17
3.6	Gambar Matriks IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>)	3 – 18
4.1	Gambar Struktur Organisasi CV Cempaka Jaya	4 – 2
5.1	Gambar Daerah Penolakan Uji Hipotesis Kepuasan	5 – 9
5.2	Gambar Grafik <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5 – 13
5.3	Gambar Grafik <i>Correspondence Analysis</i>	5 – 17
5.4	Gambar <i>Pie Chart</i> Segmentasi Pekerjaan	5 – 20
5.5	Gambar <i>Pie Chart</i> Segmentasi Penghasilan Per Bulan	5 – 21
5.6	Gambar <i>Pie Chart</i> Segmentasi Tempat Tinggal	5 – 22
5.7	Gambar <i>Pie Chart</i> Segmentasi Lokasi Membeli Beras	5 – 23
5.8	Gambar <i>Pie Chart</i> Segmentasi Tempat Membeli Beras	5 – 24
5.9	Gambar <i>Pie Chart</i> Segmentasi Cara Mengetahui Beras Ayam Jago	5 – 25
5.10	Gambar <i>Pie Chart</i> Segmentasi Banyaknya Pembelian Beras	5 – 26
5.11	Gambar <i>Pie Chart</i> Segmentasi Harga Beras yang Biasa Dibeli	5 – 27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Pendahuluan	L1 – 1
1	Kuesioner Penelitian	L1 – 2
1	Validitas Konstruk Kuesioner	
2	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	L2 – 1
2	Data Mentah Kuesioner Penelitian	L2 – 3
3	Pengolahan Uji <i>Cochran (Q – Test)</i>	L3 – 1
3	<i>Output Correspondence Analysis (ANACOR)</i>	L3 – 19
4	Tabel Distribusi <i>Chi – Square</i>	L4 – 1
4	Tabel <i>r Product Moment</i>	L4 – 3
4	Tabel Uji Z (Distribusi Normal)	L4 – 5