



***POSITIONING* PRODUK DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN
PADA PERUSAHAAN AIR MINUM AGA
CV. INTAN MULIA BANYUWANGI**

SKRIPSI

Oleh

Ardi Putra Sadewa

NIM 090910202097

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER**

2013



**POSITIONING PRODUK DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN
PADA PERUSAHAAN AIR MINUM AGA
CV. INTAN MULIA BANYUWANGI**
***(Product Positioning The Challenge of Competition to AGA Mineral Water
Company of CV. Intan Mulia Banyuwangi)***

SKRIPSI

ditujukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis (S1) dan mencapai gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh

Ardi Putra Sadewa

NIM 090910202097

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER**

2013

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Sodikun dan Ibu Umaidah tercinta yang telah senantiasa memberikan doa, limpahkan kasih sayang, serta motivasi dan semangat untuk selalu belajar dan berusaha memahami arti kehidupan.
2. Adikku Nikken Mila Sari.
3. Ustadz Yasin, Mas Iwan, dan Sahabat-sahabatnya yang telah memberikan dukungan spiritual untuk selalu berusaha dengan sungguh-sungguh.
4. Guru-guruku dari TK sampai perguruan tinggi yang terhormat, yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis dengan penuh kesabaran.
5. Teman-teman angkatanku yang telah berjuang bersama dan yang telah sabar dan banyak memberikan *support*, perhatian, doa serta kasih sayang kepadaku.

MOTO

"*Positioning* diawali dengan produk, tetapi *positioning* bukan sesuatu yang dilakukan terhadap produknya. *Positioning* adalah sesuatu yang dilakukan terhadap pikiran pelanggannya”.

(Ries dan Trout) *

*) Kasali, Rhenald. 2005. *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Cetakan ketujuh. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ardi Putra Sadewa

NIM : 090910202097

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “*Positioning Produk Dalam Menghadapi Persaingan Pada Perusahaan Air Minum CV. Intan Mulia Banyuwangi*” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi mana pun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 21 Februari 2013

Yang menyatakan,

Ardi Putra Sadewa

NIM. 090910202097

SKRIPSI

***POSITIONING* PRODUK DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN
PADA PERUSAHAAN AIR MINUM AGA
CV. INTAN MULIA BANYUWANGI**

Oleh

Ardi Putra Sadewa

NIM 090910202097

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Sasongko, M.Si

Dosen Pembimbing Anggota : Yuslinda Dwi H., S.Sos., M.AB

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “*Positioning* Produk Dalam Menghadapi Persaingan Pada Perusahaan Air Minum AGA CV. Intan Mulia Banyuwangi” telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Rabu, 03 April 2013

tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Tim Penguji

Ketua,

Dr. Agus Budihardjo, MA

NIP. 19520814 198003 1 002

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Sasongko, M.Si

NIP. 19570407 198609 1 001

Yuslinda Dwi Handini, S.Sos., M.AB

NIP. 19790919 200812 2 001

Anggota I,

Drs. I Ketut Mastika, MM

NIP. 19590507 198903 1 002

Mengesahkan

Dekan,

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA

NIP. 19520727 198103 1 003

RINGKASAN

Positioning Produk Dalam Menghadapi Persaingan Pada Perusahaan Air Minum AGA CV. Intan Mulia Banyuwangi: Ardi Putra Sadewa, 090910202097; 2013: 89 halaman. Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Industri Air Minum Isi Ulang (AMIU) merupakan salah satu contoh industri di Indonesia dengan tingkat persaingan yang tinggi dan terus berkembang dari tahun ke tahun. CV. Intan Mulia merupakan salah satu perusahaan air mineral lokal yang ada di Banyuwangi dengan merek AGA berdiri tahun 2004, perusahaan ini saat ini bergerak dalam bidang produksi dan distribusi AMIU serta melayani jasa pemasangan depo air minum isi ulang di kawasan Banyuwangi dan Jember.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan *positioning* produk dalam menghadapi persaingan pada perusahaan air minum AGA CV. Intan Mulia Banyuwangi. Penelitian ini menggunakan teknik *key informan*, yaitu menggunakan informan sejumlah 12 orang yaitu direktur, *manager*, kepala bagian *marketing*, kepala bagian produksi, administrasi, pengelola depo, dan konsumen. Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian maka tipe penelitian ini adalah penelitian yang bersifat deskriptif yang didasarkan pada paradigma kualitatif. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis domain dan analisis taksonomi.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah CV. Intan Mulia dengan produknya AGA menggunakan *positioning* kepada pesaing dan *positioning* melalui manfaat produknya yang berkualitas didukung pelayanan terbaik yang siap 24 jam jika dibandingkan dengan produk pesaing sejenis, yaitu SariQua dan A-Qwa Alami. Dalam meraih pangsa pasarnya AGA melakukan sebuah *positioning* kepada konsumennya dengan menggunakan slogan AGA lebih berkualitas sebagai penguat produknya. AGA menggunakan *positioning* berdasar kategori produk dengan bergerak pada penyedia jasa pemasangan peralatan depo AMIU di Banyuwangi.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Positioning Produk Dalam Menghadapi Persaingan Pada Perusahaan Air Minum AGA CV. Intan Mulia Banyuwangi* (*Product Positioning The Challenge of Competition to AGA Mineral Water Company of CV. Intan Mulia Banyuwangi*). Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata (S1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Beserta Drs. Himawan Bayu P, MA. Ph.D selaku Pembantu Dekan I, Drs. Rudy Eko Pranomo, M.Si selaku Pembantu Dekan II, serta bapak Drs. Sutrisno, M.Si selaku Pembantu Dekan III yang memberikan kesempatan pada penulis untuk melakukan penelitian serta kegiatan akademik lainnya;
2. Dr. Sasongko, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan perhatiannya guna memberikan bimbingan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini;
3. Drs. Poerwanto, MA selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan kemudahan pada penulis dalam memenuhi berbagai persyaratan akademik;
4. Dra. Sri Wahyuni, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktu, motivasi dalam penulisan skripsi ini;
5. Yuslinda D.H., S.Sos, M.AB selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam penulisan skripsi ini;
6. Bapak H. Eko Susilo, SE. MM selaku Direktur CV. Intan Mulia Banyuwangi telah memberikan ijin untuk penelitian, dan Bapak Mashudi El Basyar selaku

Manajer AGA, kepala bagian marketing Bapak Poniyadi, bagian administrasi Mas Herman, dan staf-staf maupun karyawan yang telah membimbing penulis selama penelitian.

7. Seluruh Dosen dan Civitas Akademika Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember yang telah membantu kelancaran selama studi.
8. Teman-teman seperjuangan Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2009 atas semangat dan persahabatannya selama ini.
9. Ustadz Yasin yang memberikan doa, dukungan, dan nasehat selama ini
10. Saudara-saudaraku di Jember Aulia rahman, Aris Setyawan, Rangga Aditya, Aji Nouval, Anggun Tika, Tita Aprilia, Ayu Yunita Sari, Yuanita Rostianti, Dani Dwi, dan Mas Alfian yang bersedia menemani duka maupun suka penulis tanpa memperdulikan waktu serta alokasi materiil;
11. Keluarga besar serta sahabat-sahabatku, terima kasih telah memberi dukungan, semangat dan doanya sehingga penulis tetap bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Semua pihak yang tak dapat disebut satu-persatu.

Semoga waktu yang telah diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan karya ini dapat bermanfaat. Banyak ketidaksempurnaan dalam penyusunan karya ini. Tiada suatu karya yang sempurna kecuali milik Allah semata, untuk itu saran dan kritik dari semua pihak selalu penulis terima untuk menyempurnakan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini bermanfaat. Amin

Jember, 21 Februari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PEMBIMBING SKRIPSI	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Manfaat Penelitian	10
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.2 Pemasaran	11
2.3 Segmentasi	13
2.4 Targeting	15
2.5 Konsep Positioning	16
2.6 Basis Penentuan Positioning	18

2.7	Membangun <i>Positioning</i>	22
2.8	Mengkomunikasikan <i>Positioning</i>	24
2.9	<i>Product Positioning</i>	26
	2.9.1 Definisi <i>Product Positioning</i>	26
	2.1.2 Fungsi <i>Product Positioning</i>	27
2.10	Kesalahan-Kesalahan <i>Positioning</i>	28
2.11	Strategi Bersaing	29
2.12	Posisi Bersaing Perusahaan	30
2.13	Penentu Struktural Intensitas Persaingan Industri	30
2.14	Jenis-Jenis <i>Retailing</i>	32
2.15	Tinjauan Penelitian Terdahulu	33
BAB 3.	METODE PENELITIAN	36
3.1	Metode Penelitian	36
3.2	Tipe Penelitian	36
3.3	Tahap Persiapan	37
	3.3.1 Studi Kepustakaan	37
	3.3.2 Penentuan Lokasi Penelitian	38
	3.3.3 Observasi Pendahuluan	38
	3.3.4 Karakteristik Informan	38
3.4	Tahap Pengumpulan Data	41
3.5	Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data	42
3.7	Tahap Analisis Data	43
3.8	Tahap Penarikan Kesimpulan	45
BAB 4.	HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	46
	4.1.1 Sejarah Perusahaan	46
	4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	48
	4.1.3 Struktur Organisasi	49
	4.1.4 Ketenagakerjaan	54

4.1.5 Produk Yang Dihasilkan	55
4.2 Pembahasan	55
4.2.1 Posisi Bersaing	55
4.2.2 Analisis Struktural Industri	57
4.2.3 Segmentasi	61
4.2.4 <i>Targeting</i>	65
4.2.5 <i>Positioning</i> Produk	66
BAB 5. PENUTUP	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Tabel Daftar nama perusahaan Air Mineral di Banyuwangi	4
1.2 Tabel Data Penjualan Air Minum Isi Ulang AGA	8
2.1 Tabel Perbandingan Penelitian Terdahulu	34
2.2 Tabel Jurnal Penelitian Terdahulu	35
3.1 Tabel Analisis Domain	44
3.2 Tabel Analisis Taksonomi	45
4.1 Tabel Daftar Perizinan CV. Intan Mulia	47
4.2 Tabel Perhitungan Bagi Hasil	71
4.3 Tabel Penambahan Depo bulan Agustus-Desember	73
4.4 Tabel Matriks Analisis Domain	80
4.5 Tabel Matriks Analisis Taksonomi	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
4.1 Struktur Organisasi	49

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Izin Penelitian dari Lembaga Penelitian Universitas Jember	92
2. Surat Izin Penelitian dari CV. Intan Mulia Banyuwangi	93
3. Foto-foto CV. Intan Mulia Banyuwangi dan Depo AGA	94
4. Brosur Usaha Depo Air Minum Isi Ulang AGA	98
5. Spesifikasi Alat dan Data Depo AGA Wilayah Banyuwangi dan Jember	99
6. Pedoman Wawancara dan Hasil Wawancara	105
7. Surat Perizinan dari Lembaga Terkait	128
8. Surat Perjanjian Kerjasama	133