



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

2.7	<b>Membangun <i>Positioning</i></b> .....	22
2.8	<b>Mengkomunikasikan <i>Positioning</i></b> .....	24
2.9	<b><i>Product Positioning</i></b> .....	26
	2.9.1 Definisi <i>Product Positioning</i> .....	26
	2.1.2 Fungsi <i>Product Positioning</i> .....	27
2.10	<b>Kesalahan-Kesalahan <i>Positioning</i></b> .....	28
2.11	<b>Strategi Bersaing</b> .....	29
2.12	<b>Posisi Bersaing Perusahaan</b> .....	30
2.13	<b>Penentu Struktural Intensitas Persaingan Industri</b> .....	30
2.14	<b>Jenis-Jenis <i>Retailing</i></b> .....	32
2.15	<b>Tinjauan Penelitian Terdahulu</b> .....	33
<b>BAB 3.</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>36</b>
3.1	<b>Metode Penelitian</b> .....	<b>36</b>
3.2	<b>Tipe Penelitian</b> .....	<b>36</b>
3.3	<b>Tahap Persiapan</b> .....	<b>37</b>
	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	<b>Tahap Pengumpulan Data</b> .....	<b>41</b>
3.5	<b>Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data</b> .....	<b>42</b>
3.7	<b>Tahap Analisis Data</b> .....	<b>43</b>
3.8	<b>Tahap Penarikan Kesimpulan</b> .....	<b>45</b>
<b>BAB 4.</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>46</b>
4.1	<b>Gambaran Umum Perusahaan</b> .....	<b>46</b>
	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
<b>4.2 Pembahasan .....</b>	<b>55</b>
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
<b>BAB 5. PENUTUP .....</b>	<b>88</b>
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran .....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## 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