



**ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN EFEKTIVITAS SEGMENTASI PASAR
KEDELAI EDAMAME
(Studi Kasus di PT. Mitratani Dua Tujuh Jember)**

SKRIPSI

Oleh:

**Nikki Dinitrisna
NIM 091710101045**

**JURUSAN TEKNOLOGI HASIL PERTANIAN
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER
2014**



**ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN EFEKTIVITAS SEGMENTASI PASAR
KEDELAI EDAMAME
(Studi Kasus di PT. Mitratani Dua Tujuh Jember)**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Teknologi Hasil Pertanian (S1) dan mencapai gelar Sarjana Teknologi Pertanian

oleh:

**Nikki Dinitrisna
NIM 091710101045**

**JURUSAN TEKNOLOGI HASIL PERTANIAN
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER
2014**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Allah SWT, puji syukur atas segala rahmat dan hidayah-Nya;
2. Orang tua tercinta Sutrisno dan Evi Dyah Agustin, SE yang selalu mendoakan, memotivasi serta memberi semangat;
3. Dosen-dosen di perguruan tinggi yang selalu memberi bimbingannya;
4. PT. Mitratani Dua Tujuh Jember sebagai sarana penelitian ini;
5. Teman-temanku kuliah dari semester satu sampai akhir atas segala doa, semangat, dan kasih sayang;
6. Almamater Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Jember.

MOTTO

Sukses bukanlah akhir dari segalanya, kegagalan bukanlah sesuatu yang fatal, namun keberanian untuk meneruskan kehidupanlah yang diperhatikan.
(Sir Winston Churchill)

Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah.
(Thomas Alva Edison)

Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.
(Q.S Al-Baqarah 216)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

nama : Nikki Dinitrisna

NIM : 091710101045

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Efektivitas Segmentasi Pasar Kedelai Edamame (Studi Kasus di PT. Mitratani Dua Tujuh Jember)” adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan kepada institusi manapun serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan kebenaran isi laporan ini sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun.

Jember, Januari 2014
Yang menyatakan,

Nikki Dinitrisna
NIM 091710101045

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS SEGMENTASI PASAR KEDELAI EDAMAME (Studi Kasus di PT. Mitratani Dua Tujuh Jember)

Oleh:

**Nikki Dinitrisna
NIM. 091710101045**

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Yuli Wibowo, S.TP., M.Si

Dosen Pembimbing Anggota : Miftahul Choiron, S.TP., M.Sc

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Efektivitas Segmentasi Pasar Kedelai Edamame (Studi Kasus di PT. Mitratani Dua Tujuh Jember)” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Teknologi Hasil Pertanian Universitas Jember pada:

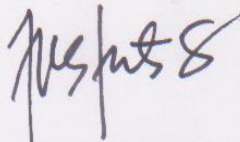
hari : Senin

tanggal : 13 Januari 2014

tempat : Ruang Sidang II Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Jember.

Tim Penguji:

Ketua,



Dr. Puspita Sari, S.TP., M.Ph

NIP 197203011998022001


Sekretaris,



Dr. Nita Kuswardhani, S.TP., M.Eng

NIP 197107311997022001

Anggota,



Andrew Setiawan R., S.TP., M.Si

NIP 198204222005011002

Mengesahkan

Dekan,



Dr. Yuli Witono, S.TP., M.P

NIP 196912121998021001

RINGKASAN

Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Efektivitas Segmentasi Pasar Kedelai Edamame (Studi Kasus di PT. Mitratani Dua Tujuh Jember); Nikki Dinitrisna, 091710101045; 2014; 64 halaman; Jurusan Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Jember.

Kedelai edamame (*Glycine max* [L] Merr.) merupakan kedelai spesial di Asia, khususnya di Jepang, Taiwan, Thailand, Indonesia, Vietnam dan China. Kedelai edamame merupakan produk yang dikonsumsi sebagai makanan ringan dan mempunyai prospek pasar yang menjanjikan. PT. Mitratani Dua Tujuh Jember merupakan agroindustri yang bergerak dalam budidaya dan pengolahan kedelai edamame di Indonesia. PT Mitratani Dua Tujuh menghasilkan produk utama kedelai edamame dan pasar utamanya adalah pasar luar negeri, yaitu negara Jepang (80%) dan (20%) terbagi untuk negara lainnya. Total ekspor kedelai edamame mencapai 3000 ton per tahun.

Penelitian ini dilakukan dengan penentuan nilai indeks, rasio efektivitas dan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Proses pengolahan data menggunakan perangkat lunak *microsoft excel* dan *super decision*. Dalam penggunaannya, nilai indeks digunakan untuk menetapkan kelas interval dari faktor bauran pemasaran, rasio efektivitas untuk mengetahui rata-rata pencapaian antara target dan realisasi penjualan serta metode AHP yang terdiri dari tiga elemen yaitu *goal*, kriteria dan alternatif untuk strategi pengembangannya.

Analisis bauran pemasaran menunjukkan bahwa indikator produk masuk kedalam kelas interval yang sangat baik dengan total nilai indeks 4,761, indikator harga dengan total nilai indeks 3,530 termasuk kedalam kelas interval yang baik, indikator tempat dengan total nilai indeks 4,128 termasuk dalam kelas interval yang baik serta indikator promosi yang juga termasuk kedalam kelas interval yang baik dengan total nilai indeks 3,439. Hasil analisis dari masing-masing faktor akan digabungkan untuk mengetahui faktor mana yang menjadi prioritas. Didapatkan hasil bahwa analisis gabungan dari masing-masing faktor, faktor produk mendapat skor

yang paling tinggi yaitu 1,190 dengan total skor keseluruhan sebesar 3,963 yang berarti bauran pemasaran yang diterapkan sudah baik.

Hasil antara target dengan realisasi penjualan menunjukkan bahwa persentase (%) rata-rata pencapaiannya sebesar 90,49. Rasio efektivitas apabila diatas rata-rata maka dapat dikatakan sangat efektif. Hal tersebut menunjukkan bahwa segmentasi pasar yang dijalankan sudah efektif..

Penentuan strategi peningkatan digunakan untuk menentukan strategi yang menjadi prioritas untuk peningkatan efektivitas segmen pasar kedelai edamame. Analisa menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dengan menggunakan aplikasi *Super Decisions 1.6.0* berupa strategi pengembangan yang terpilih yakni mempertahankan strategi produk.

SUMMARY

Marketing Mix Strategy Analysis in Improving the Effectiveness of Market Segmentation Edamame Soybean (Case Study di PT. Mitratani Dua Tujuh Jember); Nikki Dinitrisna, 091710101045; 2014; 64 pages; Department of Agricultural Techmology, Faculty of Agricultural Technology, University of Jember.

Edamame soybean (*Glycine max* [L] Merr.) is the special soybean in Asia, particularly in Japan, Taiwan, Thailand, Indonesia, Vietnam and China. Edamame soybean is a product that is consumed as a snack and have a promising market prospects. PT. Mitratani Dua Tujuh Jember is industrial agriculture which is engaged in the cultivation and processing of edamame in Indonesia. PT Mitratani Dua Tujuh Jember produce the main product is edamame soybean and main market is market abroad, Japan (80%) and (20%) for the other countries. Total export edamame soybean reached 3000 tons per year.

This research was conducted with determination the value of index, effectiveness ratio and the method of Analytical Hierarchy Process (AHP). Data processing using microsoft excel software and super decision. In usage, the value of index used to determine the class interval of marketing mix factors, effectiveness ratio to find out the average attainment between target and actual sales as well as AHP method consisting of three elements i.e. goals, criteria and alternatives to the strategy development.

Marketing mix analysis suggests that indicators of products belonging to classes with interval total of 4,761 index value, the indicator price with the total value of the index contains 3,530 class interval is good, an indicator of where a total of 4,128 index value is included in the class interval is good as well as the promotion of indicators is also included into class intervals with a total of 3,439 index value. Results of the analysis of each factor will be combined to determine which factor becomes the priority. Obtained results that combined analysis of each factor, factor products scored the highest score for a total of 1,190 total of 3,963 which means marketing mix applied already.

Results between the target with the realization of the sale showed that the percentage (%) average achievement of 90,49. Effectiveness ratio in above average then it can be said to be very effective. It shows that market segmentation is run effectively.

The determination of the strategy used to determine improvement strategies are a priority for increasing the effectiveness of edamame soybean market segment. Analysis using the method of Analytical Hierarchy Process (AHP) application of Super Decisions 1.6.0 of the selected development strategies that maintain product strategy.

PRAKATA

Puji Syukur kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Efektivitas Segmentasi Pasar Kedelai Edamame (Studi Kasus di PT. Mitratani Dua Tujuh Jember)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Teknologi Hasil Pertanian Universitas Jember.

Penyusunan Karya Ilmiah Tertulis ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan dan bimbingan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis tidak lupa mengucapkan terimakasih yang sebesar besarnya kepada :

1. Dr. Yuli Witono, S.TP, M.P., selaku Dekan Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Jember atas segala inspirasi yang diberikan untuk kampus tercinta;
2. Ir. Giyarto, M.Sc., selaku Ketua Jurusan Teknologi Hasil Pertanian Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Jember;
3. Dr. Yuli Wibowo, S.TP., M.Si selaku Dosen Pembimbing Utama dan Miftahul Choiron, S.TP., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Anggota atas kesabaran, waktu, dan pikiran guna memberikan bimbingan, semangat, dan pengarahan demi kemajuan penyelesaian penelitian dan penulisan skripsi ini;
4. Dr. Puspita Sari, S.TP., M.Ph, Dr. Nita Kuswardhani, S.TP., M.Eng, dan Andrew Setiawan R., S.TP., M.Si atas saran dan evaluasi demi perbaikan penulisan skripsi;
5. Riska Rian Fauziah, S.Pt., M.P selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang telah meluangkan waktu dan perhatian dalam bentuk nasihat yang sangat berarti selama kegiatan bimbingan akademik;
6. Papa Sutrisno dan Mama Evi Dyah Agustin, S.E, yang telah memberikan segala dukungan, motivasi, dan doa yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dengan lancar dan baik;
7. PT. Mitratani Dua Tujuh Jember yang telah memberikan ijin sebagai sarana penelitian;
8. Bapak ibu dosen beserta segenap civitas akademika di lingkungan Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Jember;

9. teman-teman jurusan Teknologi Hasil Pertanian angkatan 2009 yang telah setia menemani dan menghibur;
10. semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan baik moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini terdapat banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan. Oleh karena itu setiap kritik dan saran yang berguna bagi penyempurnaan Karya Ilmiah Tertulis ini akan penulis terima dengan hati yang terbuka dengan harapan dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, Januari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBINGAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	ix
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Kedelai Edamame	4
2.2 Bauran Pemasaran	6
2.3 Segmentasi Pasar	13
2.3.1 Definisi	13
2.3.2 Syarat Segmentasi Pasar	15
2.4 Efektivitas	17
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1 Kerangka Pemikiran	19
3.2 Definisi Operasional Penelitian	20
3.3 Alat dan Bahan	21
3.4 Waktu dan Tempat Penelitian	21

3.5 Tahapan Penelitian	21
3.6 Metode Pengumpulan Data	23
3.7 Metode Pengolahan Data	23
3.7.1 Identifikasi Segmen Pasar	23
3.7.2 Identifikasi Faktor Bauran Pemasaran	23
3.7.3 Penentuan Nilai Indeks Faktor	24
3.7.4 Penetapan Kelas Interval.....	24
3.7.5 Analisis Efektivitas Pasar.....	25
3.7.6 Strategi Peningkatan Efektivitas Segmen Pasar.....	26
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Analisis Bauran Pemasaran	28
4.1.1 Strategi Produk	28
4.1.2 Strategi Harga	30
4.1.3 Strategi Tempat	32
4.1.4 Strategi Promosi	33
4.2 Analisis Gabungan Faktor Bauran Pemasaran	34
4.3 Segmentasi Pasar	36
4.4 Analisis Efektivitas Pasar	37
4.5 Analisis Strategi Pengembangan	39
BAB 5. PENUTUP	43
5.1 Kesimpulan	43
5.2 Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN	46

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Interval penilaian	25
Tabel 3.2 Standar ukuran efektivitas sesuai acuan litbang depdagri	25
Tabel 3.3 Skala kuantitatif	27
Tabel 4.1 Analisis strategi produk	28
Tabel 4.2 Analisis strategi harga.....	30
Tabel 4.3 Analisis strategi tempat.....	32
Tabel 4.4 Analisis strategi promosi	33
Tabel 4.5 Analisis gabungan faktor bauran pemasaran	35
Tabel 4.6 Perbandingan antara target dan realisasi penjualan	39

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Bauran pemasaran	7
Gambar 3.1 Kerangka pemikiran penelitian	20
Gambar 3.2 Diagram alir penelitian	22
Gambar 4.1 Hirarki strategi pengembangan	40

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kueisioner skala likert	47
Lampiran 2. Kueisioner pembobotan	50
Lampiran 3. Kueisioner strategi pengembangan	53
Lampiran 4. Hasil snalisis nilai indeks	58
Lampiran 5. Hasil perhitungan standar deviasi	59
Lampiran 6. Hasil geometri tiga pakar	60
Lampiran 7. Hasil penilaian <i>goal</i> terhadap kriteria	61
Lampiran 8. Penilaian kriteria terhadap alternatif	62
Lampiran 9. Tabel skala penilaian penentuan strategi pengembangan	64