

**USULAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN
BAURAN PEMASARAN 4P UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN KOPI BUBUK WAK SOMET**

SKRIPSI

Program Studi Sarjana Teknik Industri
Jurusan Teknik Industri

Oleh:
DENY KRISTIANTO
NIM D1061191026



**FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2025**

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Deny Kristianto

NIM : D1061191026

menyatakan bahwa dalam SKRIPSI yang berjudul “Usulan Strategi Pemasaran Berdasarkan Bauran Pemasaran 4P untuk Meningkatkan Penjualan Kopi Bubuk Wak Somet” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi manapun. Sepanjang pengetahuan Saya, tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Rujukan.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya. Saya sanggup menerima konsekuensi akademis dan hukum di kemudian hari apabila pernyataan yang dibuat ini tidak benar.

Pontianak, 21 Januari 2025



Deny Kristianto

NIM. D1061191026



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
FAKULTAS TEKNIK

Jalan Prof. Dr. H. Hadari Nawawi Pontianak 78124
Telepon (0561) 740186, WA: +6282152280907
Email : ft@untan.ac.id Website : <http://teknik.untan.ac.id>

HALAMAN PENGESAHAN

PENULISAN SKRIPSI UNTUK PROGRAM SARJANA
FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS TANJUNGPURA PONTIANAK

Jurusan Teknik Industri
Program Studi Sarjana Teknik Industri

Oleh:

Deny Kristianto
NIM. D1061191026

Telah dipertahankan di depan Penguji Skripsi pada tanggal 21 Januari 2025
dan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana

Susunan Penguji Skripsi

Dosen Pembimbing Utama : Dedi Wijayanto, S.T., M.T.
NIP. 197908082008011005
Dosen Pembimbing Kedua : Dr. Eng. Mohamad Sofitra, S.T., M.T.
NIP. 197406161999031003
Dosen Penguji Utama : Febri Prima, S.T., M.T.
NIP. 199002282019031006
Dosen Penguji Kedua : Ratih Rahmawati, S.T., M.T.
NIP. 198805092019032014

Pontianak, 21 Januari 2025
Dekan

Dr.-Ing. Ir. Slamet Widodo, M.T., IPM
NIP. 196712231992031002

Pembimbing Utama

Dedi Wijayanto, S.T., M.T.
NIP. 197908082008011005

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, atas berkat-Nya saya diberikan berkat dan kemampuan untuk dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi ini didedikasikan kepada kedua orang tua saya, Bapak Aliong Lukas dan Ibu Ellen Shenta Fhang, adik saya Nico Cristian yang sudah mendukung secara finansial dan materiel serta memberikan banyak dukungan selama pendidikan. Selain itu, untuk teman-teman di Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Tanjungpura 2019 secara khusus kepada para sahabat KWU 5 juta, yaitu Rafael, Miranda, dan Brigitta, serta sahabat lainnya, yaitu Aaron, Figar, Yoga, Steven, Ade Putri, Aling, dan Nindi. Terima kasih atas segala doa, dukungan, motivasi, dan bantuan yang sudah diberikan selama masa studi hingga pengerjaan tugas akhir ini.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya penulis diberi kesempatan untuk menyelesaikan penulisan tugas akhir dengan judul “Usulan Strategi Pemasaran Berdasarkan Bauran Pemasaran 4P untuk Meningkatkan Penjualan Kopi Bubuk Wak Somet” dengan baik. Penelitian ini menjelaskan tentang langkah-langkah dalam memperoleh prioritas perbaikan dan merancang strategi pemasaran terbaru bagi usaha Kopi Wak Somet yang diharapkan dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi saat ini.

Penulisan dan penyusunan tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga secara khusus penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Dr.-Ing. Ir. Slamet Widodo, M.T., IPM. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Tanjungpura, Bapak Noveicalistus H. Djanggu, S.T., M.T. selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Tanjungpura, Ibu Hafzoh Batubara, S.T., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Akademik, Bapak Dedi Wijayanto, S.T., M.T. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Tanjungpura sekaligus Dosen Pembimbing Utama dan Bapak Dr. Eng. Mohamad Sofitra, S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah memberikan masukan dan arahan selama penelitian dan penulisan tugas akhir. Bapak Febri Prima, S.T., M.T. dan Ibu Ratih Rahmawati, S.T., M.T. selaku Dosen Penguji Utama dan Dosen Penguji Pendamping yang telah menguji dan memberikan masukan dalam penulisan tugas akhir. Ucapan terima kasih juga diberikan kepada Bapak Indra Vijaya selaku pemilik usaha Kopi Wak Somet yang telah memberikan izin dan dukungan selama penelitian dan penulisan tugas akhir, serta untuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki banyak kekurangan di dalamnya. Penulis berharap tugas akhir yang telah disusun ini dapat bermanfaat serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan pembaca. Kurang lebihnya mohon maaf, atas perhatiannya penulis ucapkan terima kasih.

Pontianak, 21 Januari 2025

Penulis

ABSTRAK

Usaha Kopi Wak Somet merupakan salah satu merek usaha di bidang industri pengolahan kopi sejak tahun 2009 dengan produk olahannya yaitu kopi bubuk giling jenis robusta. Berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha, saat ini sedang menghadapi masalah omzet yang tidak stabil yang disebabkan oleh produk kurang dikenal diantara banyaknya pilihan produk kopi bubuk dari merek kompetitor. Sehingga penting bagi usaha Kopi Wak Somet untuk mendapatkan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan segmen pasar yang harus dituju agar semakin dikenal dan meningkatkan penjualan produknya. Maka dilakukan penelitian ini dengan tujuan untuk menghasilkan prioritas perbaikan dan rancangan strategi pemasaran terbaru yang dapat mengatasi permasalahan usaha Kopi Wak Somet saat ini. Perancangan strategi pemasaran terbaru dilakukan berdasarkan faktor bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place* dan *Promotion*) dan menentukan *Segmentation, Targeting*, dan *Positioning* (STP) usaha Kopi Wak Somet, serta menghasilkan prioritas perbaikan menggunakan gabungan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), *Correspondance Analysis* (CA), dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian yang diperoleh adalah terdapat 7 atribut prioritas yang harus diperbaiki dengan usulan strategi pemasaran, yaitu melakukan pendistribusian produk kopi bubuk di beberapa toko strategis di Kota Pontianak terkhusus di kecamatan Pontianak Kota dan Pontianak Selatan, mencantumkan label tanggal kedaluwarsa dan tanggal produksi pada kemasan produk, mencantumkan logo halal jika sudah ada sertifikasi halal secara jelas pada kemasan produk, menentukan lokasi penjualan produk yang strategis dan membuat *display* yang memudahkan konsumen untuk menemui lokasi penjualan produk, memperkuat *branding* yang sudah dibangun dengan menekankan pada keunggulan produk untuk meningkatkan citra merek produk, menyampaikan lebih jelas kepada konsumen bahwa harga produk yang ditawarkan sesuai dengan variasi ukuran kemasan, dan menyampaikan lebih jelas kepada konsumen bahwa harga produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang dijual. Adapun atribut lainnya tetap harus dipertahankan kinerjanya dan dapat diperbaiki setelah melakukan perbaikan pada atribut yang lebih diprioritaskan.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Usaha Kopi Wak Somet, *Importance Performance Analysis* (IPA), *Correspondance Analysis* (CA), Pengujian Hipotesis

ABSTRACT

Wak Somet Coffee is a business brand in the coffee processing industry since 2009 with its processed product, robusta ground coffee. Based on an interview with the business owner, currently facing the problem of unstable turnover caused by the product is less known among the many choices of ground coffee products from competing brands. So it is important for the Wak Somet Coffee business to get the right marketing strategy and in accordance with the market segment that must be addressed in order to be increasingly recognized and increase sales of its products. So this research was conducted with the aim of producing improvement priorities and designing a new marketing strategy that can overcome the current problems of the Wak Somet Coffee business. The design of the latest marketing strategy is based on the 4P marketing mix factors (Product, Price, Place and Promotion) and determines the Segmentation, Targeting, and Positioning (STP) of the Wak Somet Coffee business, and produces improvement priorities using a combination of Importance Performance Analysis (IPA), Correspondence Analysis (CA), and hypothesis testing methods. The research results obtained are that there are 7 priority attributes that must be improved with proposed marketing strategies, namely distributing ground coffee products in several strategic stores in Pontianak City, especially in City Pontianak and South Pontianak sub-districts, labeling the expiration date and production date on the product packaging, including the halal logo if there is already halal certification clearly on the product packaging, determine strategic product sales locations and make displays that make it easier for consumers to find product sales locations, strengthen the branding that has been built by emphasizing product advantages to improve product brand image, convey more clearly to consumers that the price of the product offered is in accordance with the variety of packaging sizes, and convey more clearly to consumers that the price of the product offered is in accordance with the quality of the product being sold. The other attributes must still be maintained and can be improved after making improvements to the more prioritized attributes.

Keywords : Marketing Strategy, Wak Somet Coffee Business, Importance Performance Analysis (IPA), Correspondence Analysis (CA) Hypothesis Testing

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
PRAKATA.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR PERSAMAAN	xii
DAFTAR KODE PROGRAM.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Pembatasan Masalah	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Strategi Pemasaran	8
2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	10
2.3 <i>Segmentation, Targeting and Positioning</i>	14
2.3.1 <i>Segmentation</i>	15
2.3.2 <i>Targeting</i>	16
2.3.3 <i>Positioning</i>	17
2.4 Populasi dan Sampel	18
2.5 Uji <i>Cochran's Q</i>	21
2.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	21
2.7 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	22
2.8 <i>Correspondence Analysis (CA)</i>	25
2.9 Uji Hipotesis.....	27

2.10 Penelitian Terdahulu	29
2.11 Posisi Penelitian	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
3.1 Objek Penelitian	34
3.2 Alat dan Bahan	34
3.3 Diagram Alir	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Pengumpulan Data	42
4.1.1 Pengumpulan Data Kuesioner Pendahuluan Penelitian	42
4.1.2 Uji <i>Cochran's Q</i>	44
4.1.3 Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian	52
4.2 Pengujian Instrumen.....	53
4.2.1 Uji Validitas	53
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	54
4.3 Pengolahan Data.....	55
4.3.1 <i>Importance Performance Analysis</i>	55
4.3.2 <i>Correspondence Analysis</i>	60
4.3.3 Pengujian Hipotesis	65
4.4 Analisa Hasil	68
4.4.1 Analisa Segmentasi Pasar, Target Pasar dan Posisi Perusahaan	68
4.4.2 Analisa Prioritas Perbaikan Beserta Usulan Strategi Pemasaran Terbaru Bagi Usaha Kopi Wak Somet	72
BAB V PENUTUP.....	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran.....	85
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Kopi Wak Somet.....	1
Gambar 2.1 Bauran pemasaran 4P	10
Gambar 2.2 Pola Saluran Distribusi.....	12
Gambar 2.3 Jenis Segmentasi Pasar	15
Gambar 2.4 Matriks <i>Importance Performance Analysis</i>	24
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian	35
Gambar 4.1 Matriks <i>Importance Performance Analysis</i>	59
Gambar 4.2 Grafik Posisi Atribut Penelitian	63
Gambar 4.3 Grafik Posisi Merek Kopi Bubuk.....	63
Gambar 4.4 Grafik Posisi Gabungan Atribut Penelitian dan Merek Kopi Bubuk	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rekapitulasi Penjualan Kopi Bubuk Wak Somet Tahun 2022	2
Tabel 2.1 Pembobotan Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja.....	23
Tabel 2.2 Ukuran Parameter dan Statistik.....	28
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 2.4 Posisi Penelitian	33
Tabel 3.1 Atribut Kuesioner Pendahuluan	37
Tabel 4.1 Rekapitulasi Jawaban pada Kuesioner Pendahuluan Penelitian	43
Tabel 4.2 Rekapitulasi Pilihan Merek Kopi Bubuk	43
Tabel 4.3 Rekapitulasi Hasil Pengujian <i>Cochran's Q</i>	50
Tabel 4.4 Atribut Kuesioner Penelitian.....	51
Tabel 4.5 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 4.6 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.7 Rekapitulasi Perhitungan Nilai Tingkat Kesesuaian.....	56
Tabel 4.8 Rekapitulasi Nilai Rata-rata	58
Tabel 4.9 Rekapitulasi Hasil Metode IPA.....	59
Tabel 4.10 Rekapitulasi Penilaian Kinerja Kopi Bubuk Wak Somet dan Aming	61
Tabel 4.11 Rekapitulasi Posisi Atribut Penelitian	62
Tabel 4.12 Rekapitulasi Posisi Merek Kopi Bubuk.....	63
Tabel 4.13 Rekapitulasi Hasil Pengolahan Metode CA.....	64
Tabel 4.14 Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis	67
Tabel 4.15 Segmentasi Pasar Usaha Kopi Wak Somet.....	68
Tabel 4.16 Rekapitulasi Kelompok Prioritas Bagi Usaha Kopi Wak Somet.....	73
Tabel 4.17 Usulan Strategi Pemasaran Kelompok Prioritas Pertama	75
Tabel 4.18 Usulan Strategi Pemasaran Kelompok Prioritas Kedua.....	78

DAFTAR PERSAMAAN

Persamaan 2.1 Jumlah Sampel	18
Persamaan 2.2 Tingkat Kesesuaian.....	23
Persamaan 2.3 Skor Rata-rata Tingkat Kinerja.....	23
Persamaan 2.4 Skor Rata-rata Tingkat Kepentingan	24
Persamaan 2.5 Rata-rata dari Skor Rata-rata Tingkat Kinerja.....	24
Persamaan 2.6 Rata-rata dari Skor Rata-rata Tingkat Kepentingan	24
Persamaan 2.7 Nilai Statistika Uji Distribusi-t	28
Persamaan 2.8 Standar Deviasi Sampel	29
Persamaan 2.9 Derajat Kebebasan	29

DAFTAR KODE PROGRAM

Kode Program 2.1 <i>Syntax ANACOR</i> pada <i>Software SPSS</i>	27
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Kuesioner Pendahuluan Penelitian	A-1
Lampiran B. Rekapitulasi Pengumpulan Data Kuesioner Pendahuluan Penelitian	B-1
Lampiran C. Hasil Pengujian <i>Cochran's Q</i>	C-1
Lampiran D. Kuesioner Penelitian	D-1
Lampiran E. Rekapitulasi Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian	E-1
Lampiran F. Uji Validitas	F-1
Lampiran G. <i>Output Syntax Correspondence Analysis</i>	G-1
Lampiran H. Dokumentasi Penelitian	H-1

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Pontianak menjadi salah satu kota dengan ketertarikan terhadap kopi yang sangat besar dan budaya meminum kopi di warung kopi tidak dapat dipisahkan bagi sebagian besar masyarakat Kota Pontianak. Selain dikenal sebagai “Kota Khatulistiwa”, Kota Pontianak juga dikenal sebagai “Kota 1000 Warung Kopi” dan tidak sulit untuk menemukan warung kopi atau *café* di Kota Pontianak karena banyak tersebar di berbagai sudut kota baik di jalan utama maupun di dalam gang-gang kecil. Selain itu, beberapa warung kopi di Kota Pontianak tidak hanya menjual kopi yang langsung diseduh tetapi juga sudah mulai mengeluarkan produk kopi bubuk dengan merek mereka sendiri seperti kopi bubuk merek Aming *Coffee* dan Asiung. Terdapat beberapa merek lokal yang sudah banyak dikenal di Kota Pontianak seperti kopi bubuk merek Djempol, Obor, Jojohn, Weng *Coffee* dan lainnya. Saat ini terdapat banyak pelaku usaha yang memulai bisnis pengolahan kopi dan membuat merek kopi bubuk mereka sendiri dengan ciri khasnya masing-masing, salah satunya adalah kopi bubuk dengan merek Kopi Wak Somet.

Kopi Wak Somet merupakan salah satu merek usaha di bidang industri pengolahan kopi yang berlokasi di Jalan Hos Cokroaminoto No. 352B, Kecamatan Pontianak Kota, Kota Pontianak, Kalimantan Barat. Usaha ini berdiri sejak tahun 2009 dan mulai diberi merek “Kopi Wak Somet” pada tahun 2015 dengan produk olahannya yaitu kopi bubuk giling seperti pada gambar 1.1 yang dikemas dalam beberapa ukuran kemasan.



Gambar 1.1 Produk Kopi Wak Somet

Jenis kopi yang diolah oleh usaha ini adalah biji kopi jenis robusta dan dipasarkan secara *online* maupun *offline* dan digunakan oleh beberapa warung atau kedai kopi di Kota Pontianak. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Indra Vijaya selaku pemilik usaha Kopi Wak Somet mengatakan bahwa penjualan kopi bubuk masih belum stabil dengan omzet yang naik turun setiap bulannya. Adapun rekapitulasi penjualan kopi bubuk yang diperoleh oleh usaha Kopi Wak Somet pada tahun 2022 dapat dilihat pada tabel 1.2.

Tabel 1.1 Rekapitulasi Penjualan Kopi Bubuk Wak Somet Tahun 2022

No	Bulan	Kopi Terjual	Omzet
1	Januari	267 Kg	Rp 26.365.000
2	Februari	235 Kg	Rp 23.525.000
3	Maret	83 Kg	Rp 8.385.000
4	April	98 Kg	Rp 9.810.000
5	Mei	140 Kg	Rp 14.050.000
6	Juni	193 Kg	Rp 19.135.000
7	Juli	178 Kg	Rp 17.485.000
8	Agustus	230 Kg	Rp 22.350.000
9	September	203 Kg	Rp 19.785.000
10	Oktober	217 Kg	Rp 21.115.000
11	November	215 Kg	Rp 21.350.000
12	Desember	189 Kg	Rp 18.885.000
Total Penjualan			Rp 222.240.000

Omzet yang tidak stabil dan pada beberapa bulan omzet berada di bawah target penjualan terjadi karena terdapat banyaknya pilihan produk kopi bubuk di pasaran dengan harga lebih terjangkau. Selain itu, pandemi *Covid-19* juga berdampak kepada keuangan pemilik usaha dan menyebabkan pengurangan penjualan yang dilakukan secara *offline* karena keterbatasan modal. Keterbatasan modal juga mengakibatkan terbatasnya promosi yang dilakukan sehingga belum banyak masyarakat yang mengetahui tentang produk Kopi Wak Somet dan terkadang konsumen yang membeli produk ini hanya kerabat dari pemilik usaha dan pelanggan tetap Kopi Wak Somet saja. Oleh karena itu, usaha Kopi Wak Somet memerlukan strategi pemasaran yang tepat dalam memasarkan produknya dengan mengetahui segmen pasar yang harus dituju sehingga dapat mengerahkan sumber daya yang terbatas dengan efisien sehingga semakin banyak masyarakat yang mengetahui produk Kopi Wak Somet dan berdampak pada penjualan produk yang meningkat.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan, perlu dilakukan penelitian guna merancang strategi pemasaran yang terbaru untuk memasarkan produk Kopi Wak Somet. Permasalahan yang dihadapi oleh usaha Kopi Wak Somet saat ini dapat diatasi dengan melakukan perancangan strategi pemasaran terbaru yang berfokus dalam mengenalkan produk ke pasar, menghadapi persaingan dengan kompetitor, dan memperhatikan keinginan konsumen sehingga akan membantu dalam menciptakan citra merek produk yang kuat dan menambah minat konsumen baru. Perancangan strategi pemasaran terbaru dilakukan berdasarkan faktor bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place* dan *Promotion*) menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), *Correspondence Analysis* (CA), dan pengujian hipotesis serta menganalisis *Segmentation, Targeting, and Positioning* usaha Kopi Wak Somet. Penggunaan metode IPA dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kinerja dari usaha Kopi Wak Somet terhadap atribut-atribut yang penting menurut konsumen dengan hasil akhir berupa pembagian atribut-atribut ke dalam beberapa kuadran pada matriks IPA. Metode CA digunakan untuk mengetahui posisi usaha Kopi Wak Somet terhadap kompetitor apakah unggul atau tertinggal berdasarkan faktor-faktor baruan pemasaran 4P. Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji konsumen puas atau tidak terhadap kinerja usaha Kopi Wak Somet pada setiap atribut. Hasil dari pengolahan menggunakan ketiga metode tersebut akan dianalisis dalam analisis gabungan untuk mendapatkan prioritas perbaikan dan melakukan perancangan strategi pemasaran terbaru bersama dengan hasil analisis segmentasi pasar, target pasar, dan posisi perusahaan.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu membahas tentang perancangan strategi pemasaran terbaru yaitu penelitian yang dilakukan oleh Yuliandari dan Gozaly dengan judul “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Jasa Pengiriman Barang TIKI DUSTIRA, Cimahi)”. Penelitian tersebut menggunakan beberapa metode, yaitu metode analisis regresi berganda, IPA dan pengujian hipotesis dengan hasil yaitu didapati prioritas perbaikan berdasarkan gabungan hasil pengolahan data ketiga metode dan digunakan sebagai dasar usulan strategi pemasaran terbaru dengan pertimbangan target pasar yang telah ditetapkan agar terjadi peningkatan loyalitas konsumen dan pendapatan jasa pengiriman barang TIKI Dustira Cimahi [1].

Penelitian mengenai perancangan strategi pemasaran terbaru juga dilakukan oleh Benny dan Gozaly dengan judul “Usulan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus: Cikopi *Café*, Komplek Batununggal, Bandung)”. Penelitian tersebut menggunakan gabungan metode IPA, CA, dan pengujian hipotesis untuk mendapatkan variabel kinerja Cikopi *Café* yang perlu ditingkatkan dan dibenahi dalam bentuk skala prioritas berdasarkan penilaian yang dilakukan oleh konsumen Cikopi *Café*. Variabel kinerja yang perlu dibenahi akan diberikan usulan strategi pemasaran sesuai dengan prioritas perbaikannya guna meningkatkan jumlah pengunjung di Cikopi *Café* [2].

Penelitian selanjutnya mengenai pengusulan perbaikan strategi pemasaran dilakukan oleh Fikriansyah dan Samanhudi dengan judul “Usulan Perbaikan Strategi Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Dengan Metode *Correspondance Analysis* dan *Importance Performance Analysis* di Kafe XYZ”. Penelitian tersebut menggabungkan hasil pengolahan data menggunakan metode CA dan IPA untuk mendapatkan prioritas perbaikan yang akan digunakan sebagai dasar dalam mengusulkan perbaikan strategi pemasaran. Hasil penelitian tersebut adalah beberapa usulan perbaikan strategi pemasaran untuk beberapa atribut yang menjadi prioritas untuk diperbaiki agar berdampak pada peningkatan jumlah pelanggan dan peningkatan pada pelanggan Kafe XYZ [3].

Perancangan usulan strategi pemasaran lainnya dilakukan juga oleh Purba dan Hermawan dengan judul “Analisis dan Usulan Bauran Pemasaran Menggunakan *Multiple Regression Analysis* dan *Importance Performance Analysis* untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen”. Penelitian tersebut mendapatkan hasil berupa prioritas utama perbaikan yang dipilih berdasarkan hasil pengolahan data, yaitu variabel yang berpengaruh signifikan berdasarkan pengolahan data MRA dan variabel yang berada pada kuadran I hasil pengolahan data IPA. Terdapat 3 variabel yang menjadi prioritas perbaikan sehingga diberikan usulan strategi pemasaran perbaikan bagi variabel tersebut untuk meningkatkan loyalitas konsumen [4].

Penelitian lainnya dilakukan oleh Nisa, Indriani, dan Adriantantri dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Pendekatan *Segmenting, Positioning*, dan Penerapan *Customer Relation Management* di “LN Outdoor” Malang (Persewaan Alat Camping)”. Penelitian tersebut bertujuan sebagai pengembangan strategi

bisnis dengan strategi *Segmenting, Targeting, and Positioning* serta penerapan *Customer Relation Management* untuk meningkatkan pelanggan di UMKM LN *Outdoor* dengan melakukan pengujian hipotesis berdasarkan faktor bauran pemasaran 4P terhadap kepuasan pelanggan. Hasil yang didapatkan pada penelitian tersebut adalah segmentasi pasar, target pasar, posisi usaha, dan tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa UMKM LN *Outdoor* serta strategi untuk mengatasi kekurangan yang ada berdasarkan faktor bauran pemasaran 4P [5].

Berdasarkan uraian beberapa penelitian terdahulu yang dipakai sebagai acuan dalam penulisan tugas akhir ini, diketahui bahwa penelitian-penelitian tersebut memiliki objek penelitian yang berbeda-beda dengan penggunaan kombinasi metode yang berbeda juga. Penelitian ini melakukan perancangan strategi pemasaran berdasarkan bauran pemasaran 4P dari hasil analisis gabungan menggunakan metode IPA, CA, dan pengujian hipotesis serta menganalisis *Segmentation, Targeting, and Positioning*. Sehingga perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian, metode yang digunakan, dan analisis yang dilakukan. Maka dari itu, penelitian yang akan dilakukan adalah **“Usulan Strategi Pemasaran Berdasarkan Bauran Pemasaran 4P untuk Meningkatkan Penjualan Kopi Bubuk Wak Somet”**.

1.2 Perumusan Masalah

Usaha Kopi Wak Somet saat ini sedang mengalami permasalahan pada omzet yang tidak stabil, sumber daya modal yang terbatas, produk kurang dikenal oleh masyarakat dan terdapat banyaknya pilihan produk kopi bubuk di pasaran dengan harga lebih terjangkau. Sehingga perlu diberikan usulan strategi pemasaran terbaru yang tepat dalam memasarkan produk Kopi Wak Somet.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah menghasilkan prioritas perbaikan yang diperoleh dari hasil pengolahan data gabungan metode IPA, CA, dan pengujian hipotesis, sehingga dapat diberikan usulan strategi pemasaran terbaru yang sesuai untuk mengatasi permasalahan yang sedang dihadapi usaha Kopi Wak Somet saat ini.

1.4 Pembatasan Masalah

Penelitian ini memiliki beberapa pembatasan masalah dengan tujuan agar penelitian lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang akan dibahas. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini terdiri dari beberapa poin sebagai berikut.

1. Responden merupakan masyarakat yang pernah membeli atau mengonsumsi produk kopi bubuk merek “Kopi Wak Somet” dan kompetitor terpilih yaitu merek “Aming”.
2. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan wawancara dan menyebarkan kuesioner penelitian.
3. Penyebaran kuesioner dilakukan secara *offline* menggunakan angket tertutup dan secara *online* menggunakan *Google Form*.

Adapun asumsi yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa poin sebagai berikut.

1. Responden yang mengisi kuesioner terkait penelitian memahami isi kuesioner yang diajukan sebagai data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
2. Responden yang mengisi kuesioner tidak mendapat paksaan dari pihak manapun.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan bertujuan untuk menjelaskan gambaran secara umum tentang penelitian yang dilakukan dan terbagi atas 5 bagian. Sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan tugas akhir ini adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisikan bagian latar belakang yang menjadi dasar dilakukannya penelitian dan memaparkan alasan serta argumentasi mengenai perlunya dilakukan penelitian untuk mendapatkan usulan strategi pemasaran terbaru bagi usaha Kopi Wak Somet berdasarkan bauran pemasaran 4P menggunakan metode IPA, CA, dan pengujian hipotesis. Permasalahan yang telah diidentifikasi kemudian dirincikan kembali di dalam bagian rumusan masalah. Selain itu, terdapat juga bagian tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian, bagian pembatasan masalah dalam penelitian agar penelitian lebih fokus

dan tidak meluas dari pembahasan yang akan dibahas, dan bagian sistematika penulisan yang menjelaskan gambaran secara umum tentang penelitian yang dilakukan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka berisikan uraian teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan seperti strategi pemasaran, bauran pemasaran (*marketing mix*), *segmentation, targeting, and position, importance performance analysis* (IPA), *correspondence analysis* (CA), dan uji hipotesis. Bab ini juga memuat penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam penelitian ini dan posisi penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab metodologi penelitian berisikan tentang objek penelitian, alat dan bahan, dan diagram alur penelitian. Objek yang diteliti pada penelitian ini adalah usaha Kopi Wak Somet. Alat dan bahan yang digunakan pada penelitian ini adalah alat tulis, *laptop*, *Google Form*, *Software Microsoft Office* yaitu *Microsoft Word*, *Visio*, dan *Excel*, serta *Software IBM SPSS Statistics 26*. Tahapan-tahapan dalam penelitian ini digambarkan dengan bantuan diagram alir penelitian yang disusun secara sistematis beserta dengan penjelasannya.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab hasil dan pembahasan berisikan pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian dengan cara wawancara dan penyebaran kuesioner penelitian, selanjutnya akan diolah dengan menggunakan metode IPA, CA, dan pengujian hipotesis sehingga mendapatkan hasil yang akan dianalisa pada bagian pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab penutup berisikan kesimpulan yang memaparkan hasil-hasil pengolahan data dan pembahasan yang telah dilakukan berdasarkan rumusan masalah, dan memberikan saran untuk penelitian selanjutnya maupun masukan bagi objek penelitian.