ANALISIS POTENSI PASAR PRODUK SUSU PASTEURISASI PERTAPAAN RAWASENENG

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Teknik Industri

SEBASTIANO VIVALDI WYDASMARA
14 06 07844

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA

2019

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
Program Studi Teknik Industri

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir berjudul

ANALISIS POTENSI PASAR PRODUK SUSU PASTEURISASI PERTAPAAN RAWASENENG

Yang disusun oleh:

Sebastiano Vivaldi Wydasmara

14 06 07844

Dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 14 Januari 2019

Dosen Pembimbing 1,	Dosen Pembimbing 2,
Dr. Yosephine Suharyanti, S.T., M.T.	Dr. Parama Kartika D. SP., S.T., M.T.

Tim Penguji,

Penguji 1,

Dr. Yosephine Suharyanti, S.T., M.T.

Penguji 2,	Penguji 3,
Ag. Catot Bintoro, S.T., M.T.	Brilianta Budi Nugraha, S.T., M.T.

Yogyakarta, 24 Januari 2019

Universitas Atma Jaya Yogyakarta,

Fakultas Teknologi Industri,

Dekan,

Dr. A. Teguh Siswantoro, M.Sc

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sebastiano Vivaldi Wydasmara

NPM : 14 06 07844

Dengan ii menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul "Analisis Potensi Pasar Produk Susu Pasteurisasi Pertapaan Rawaseneng" merupakan hasil penelitian saya pada Tahun Akademik 2018/2019 yang bersifat original dan tidak mengandung *plagiasi* dari karya manapun.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku termasuk untuk dicabut gelar Sarjana yang telah diberikan Universitas Atma Jaya Yogyakarta kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 14 Januari 2019

Yang menyatakan,

Sebastiano Vivaldi W

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat yang telah diberikan sehingga penyusunan tugas akhir dengan judul "Analisis Potensi Pasar Produk Susu Pasteurisasi Pertapaan Rawaseneng" dapat diselesaikan dengan baik.

Dalam Penyusunan Tugas Akhir ini tentu tidak lepas dari berbagai dukungan yang diberikan oleh berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. A. Teguh Siswantoro, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Ibu Ririn Diar Astanti, S.T., M.MT., D. Eng., selaku Ketua Program Studi Teknik Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Yosephine Suharyanti, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing dengan baik, memberikan arahan dan saran selama proses penyusunan Tugas Akhir.
4. Bapak Dr. Parama Kartika D.SP, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dengan baik dan memberikan arahan selama proses penyusunan Tugas Akhir.
5. Frater, Romo dan Mas Yosep di Pertapaan Rawaseneng yang sudah bersedia dan memperbolehkan melakukan penelitian tentang susu pasteurisasi Rawaseneng.
6. Papa, Mama, Ane, Mbah, dan Eyang serta Keluarga Besar yang selalu mendukung, mendoakan dan memberi motivasi dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
7. Teman-teman Teknik Industri 2014, teman asisten PST 2, teman inisiasi dan teman satu perjuangan yang saling memberikan dukungan selama proses pengerjaan Tugas Akhir.
8. Vitus Dimas, Bias, Mike dan Mila yang sudah meluangkan waktu dan tenaga dalam membantu menyelesaikan Tugas Akhir.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan Laporan Tugas Akhir ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, sangat diharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca.

Akhir kata, semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat berguna bagi banyak pihak dengan baik di kemudian hari.

Yogyakarta, 14 Januari 2019

Sebastiano Vivaldi Wydasmara

DAFTAR ISI

BAB	JUDUL	HAL
	HALAMAN JUDUL	i
	HALAMAN PENGESAHAN	ii
	PERNYATAAN ORIGINALITAS	iii
	KATA PENGANTAR	iv
	DAFTAR ISI	vi
	DAFTAR TABEL	viii
	DAFTAR GAMBAR	ix
	INTISARI	x
1	Pendahuluan	1
	1.1. Latar Belakang	1
	1.2. Perumusan Masalah	2
	1.3. Tujuan Penelitian	2
	1.4. Batasan Masalah	2
2	Tinjauan Pustaka dan Dasar Teori	
	2.1. Tinjauan Pustaka	4
	2.2. Dasar Teori	5
3	Metode Penelitian	
	3.1. Identifikasi Masalah	15
	3.2. Studi Lapangan	15
	3.3. Studi Pustaka	15
	3.4. Menetapkan Target Konsumen	15
	3.5. Menetapkan Atribut Produk	15
	3.6. Perancangan Kuesioner	16
	3.7. Penyebaran Kuesioner	16
	3.8. Uji Reliabilitas	16
	3.9. Pengolahan Data	17
	3.10. Analisis Deskriptif	17
	3.11. Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA)	17

3.12. Pembuatan Strategi 17
3.13. Kesimpulan 17

4 Data, Kerangka Pikir dan Perancangan Instrumen
4.1. Profil Perusahaan 18
4.2. Kerangka Pikir 19
4.3. Penentuan Atribut 21
4.4. Perancangan Kuesioner 24
4.5. Penyebaran Kuesioner 27
4.6. Data Responden 28

5 Analisis dan Pembahasan
5.1. Uji Reliabilitas 33
5.2. Analisis Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Atribut Produk 35
5.3. Diagram Kartesius 57
5.4. Analisis Preferensi Calon Konsumen 88
5.5. Rangkuman Analisis Potensi Pasar 90
5.6. Usulan Strategi 92

6 Tinjauan Pustaka dan Dasar Teori
6.1. Kesimpulan 96
6.2. Saran 97

DAFTAR PUSTAKA xi
LAMPIRAN xiii

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Atribut Produk Susu 20

Tabel 4.1. Lanjutan 21

Tabel 4.2. Data Jenis Kelamin Konsumen 28

Tabel 4.3. Data Usia Konsumen Lama 28

Tabel 4.3. Lanjutan 29

Tabel 4.4. Data Pekerjaan Konsumen Lama 29

Tabel 4.5. Data Pengeluaran Konsumen Lama 29

Tabel 4.6. Data Pengonsumsi Produk Konsumen Lama 30

Tabel 4.7. Data Volume Konsumen Lama 30

Tabel 4.8. Data Jenis Kelamin Konsumen Baru 31

Tabel 4.9. Data Usia Konsumen Baru 31

Tabel 4.10. Data Pekerjaan Konsumen Baru 31

Tabel 4.11. Data Pengeluaran Konsumen Baru 32

Tabel 4.12. Data Pernah/ Tidak Konsumsi Susu Pasteurisasi Konsumen Baru 32

Tabel 5.1. Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas 33

Tabel 5.1. Lanjutan 34

Tabel 5.2. Penilaian Tingkat Kepentingan Atribut 36

Tabel 5.3. Penilaian Tingkat Kepentingan Kelompok Sangat Penting 37

Tabel 5.4. Penilaian Tingkat Kepentingan Kelompok Penting 39

Tabel 5.5. Penilaian Tingkat Kinerja Atribut 43

Tabel 5.6. Penilaian Tingkat Kinerja Kelompok Sangat Baik 43

Tabel 5.6. Lanjutan 44

Tabel 5.7. Penilaian Tingkat Kinerja Kelompok Baik 45

Tabel 5.8. Penilaian Tingkat Kinerja Minat 49

Tabel 5.9. Penilaian Tingkat Kinerja Minat Kelompok Sangat Setuju 50

Tabel 5.10. Penilaian Tingkat Kinerja Minat Kelompok Setuju 51

Tabel 5.11. Penilaian Tingkat Kinerja Minat Kelompok Tidak Setuju 53

Tabel 5.12. Penilaian Tingkat Kinerja Kompetitor 54

Tabel 5.13. Penilaian Tingkat Kinerja Produk Kompetitor dibandingkan Susu Pasteurisasi Rawaseneng pada Kelompok Setuju 54

Tabel 5.13. Lanjutan 55

Tabel 5.14. Volume Produk yang Paling Diminati menurut Responden 89

Tabel 5.15. Harga yang Pantas untuk Volume 1000ml menurut Responden 89
Tabel 5.16. Harga yang Pantas untuk Volume 500ml menurut Responden 89
Tabel 5.17. Harga yang Pantas untuk Volume 250ml menurut Responden 90
Tabel 5.18. Potensi Pasar tiap Kategori Sumber Data 91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Diagram Kartesius *Matriks Importance Performance Analysis* (IPA) 12

Gambar 3.1. Metodologi Penelitian 14

Gambar 4.1. Pertapaan Rawaseneng 18

Gambar 4.2. Produk Susu Pasteurisasi Rawaseneng 19

Gambar 4.3. Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian 20

Gambar 5.1. Matriks IPA Keseluruhan Atribut 59

Gambar 5.2. Matriks IPA Atribut Usia Sekolah 62

Gambar 5.3. Matriks IPA Atribut Usia Produktif 63

Gambar 5.4. Matriks IPA Minat Konsumen 65

Gambar 5.5. Matriks IPA Minat Konsumen Usia Sekolah 68

Gambar 5.6. Matriks IPA Minat Konsumen Usia Produktif 69

Gambar 5.7. Matriks IPA Minat Konsumen di Universitas 70

Gambar 5.8. Matriks IPA Minat Konsumen di Gereja 71

Gambar 5.9. Matriks IPA Minat Konsumen di SMA Santa Maria Yogyakarta 72

Gambar 5.10. Matriks IPA Minat Konsumen di Universitas Atma Jaya Yogyakarta 73

Gambar 5.11. Matriks IPA Minat Konsumen di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta 74

Gambar 5.12. Matriks IPA Minat Konsumen di Gereja Santo Yohanes Rasul Pringwulung 75

Gambar 5.13. Matriks IPA Minat Konsumen di Gereja Santo Yusuf Padokan 76

Gambar 5.14. Matriks IPA Produk Susu Pasteurisasi Rawaseneng Dibandingkan dengan Kompetitor 77

Gambar 5.15. Matriks Produk Susu Pasteurisasi Rawaseneng Dibandingkan dengan IPA Kompetitor pada Usia Sekolah 79

Gambar 5.16. Matriks IPA Produk Susu Pasteurisasi Rawaseneng Dibandingkan dengan Kompetitor pada Usia Produktif 80

Gambar 5.17. Matriks IPA Produk Susu Pasteurisasi Rawaseneng Dibandingkan dengan Kompetitor di Universitas 81

Gambar 5.18. Matriks IPA Produk Susu Pasteurisasi Rawaseneng Dibandingkan dengan Kompetitor di Gereja 82

Gambar 5.19. Matriks IPA Produk Susu Pasteurisasi Rawaseneng

Dibandingkan dengan Kompetitor di SMA Santa Maria Yogyakarta 83
Gambar 5.20. Matriks IPA Produk Susu Pasteurisasi Rawaseneng Dibandingkan dengan Kompetitor di Universitas Atma Jaya Yogyakarta 84
Gambar 5.21. Matriks IPA Produk Susu Pasteurisasi Rawaseneng Dibandingkan dengan Kompetitor di Universitas Sanata Dharma 85
Yogyakarta
Gambar 5.22. Matriks IPA Produk Susu Pasteurisasi Rawaseneng Dibandingkan dengan Kompetitor di Gereja Santo Yohanes Rasul 86
Pringwulung
Gambar 5.23. Matriks IPA Produk Susu Pasteurisasi Rawaseneng Dibandingkan dengan Kompetitor di Gereja Santo Yusuf Padokan 87
Gambar 5.24. Cara Promosi dan Pemasaran menurut Responden 88

INTISARI

Produk susu pasteurisasi Rawaseneng merupakan produk susu sapi murni yang diolah dengan cara pasteurisasi oleh usaha susu pertapaan Rawaseneng.. Dalam perjalanan bisnisnya, kapasitas produksi per hari susu pasteurisasi saat ini adalah 400 liter/hari tingkat penjualan rata-rata jauh di bawah kapasitas produksi yaitu kurang dari 200 liter/hari. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi potensi pasar produk susu pasteurisasi Rawaseneng agar dapat digunakan sebagai dasar merumuskan strategi pemasaran untuk peluasan pasar dan meningkatkan penjualan. Penelitian ini menggunakan 190 responden yang merupakan konsumen lama dan calon konsumen untuk menilai tingkat kepentingan atribut dan kinerja atribut tersebut pada produk susu pasteurisasi Rawaseneng. Terdapat 18 atribut yang digunakan, yaitu: rasa, aroma, variasi pilihan rasa, volume, desain kemasan, kesegaran, kandungan gizi, kekentalan, kelengkapan informasi pada produk, ketenaran merek, kepraktisan dalam konsumsi, warna produk, higienisitas, kandungan bahan pengawet, harga produk, promo penjualan, kemudahan memperoleh, dan sumber peternakan. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif yang kemudian dilanjutkan dengan *Importance Performance Analisis (IPA).* Potensi pasar pada produk susu pasteurisasi Rawaseneng adalah konsumen pada usia sekolah yaitu dari usia 7 tahun atau pada siswa sekolah dasar hingga usia 25 tahun atau mahasiswa. Berdasarkan hasil analisis, variabel yang menjadi prioritas perbaikan adalah pada variabel bauran pemasaran produk dan tempat. Pada variabel produk, atribut yang perlu diperbaiki adalah aroma khas, kelengkapan informasi pada produk, variasi pilihan rasa, kelengkapan kandungan gizi dan kepraktisan dalam konsumsi, sedangkan pada bauran pemasaran tempat adalah kemudahan memperoleh. Usulan strategi yang dapat diterapkan di usaha susu pasteurisasi Rawaseneng adalah menghilangkan aroma yang mengganggu konsumen, menambahkan informasi komposisi produk, saran penyimpanan, keterangan volume, dan izin dari BPOM, menambah jumlah varian rasa dengan memperhatikan varian rasa yang sedang diminati konsumen, memberikan informasi kelengkapan gizi secara tertulis maupun secara lisan, mempermudah konsumen dalam konsumsi produk, memasarkan produk pada lebih banyak tempat seperti sekolah, universitas, gereja, dan toko-toko di Yogyakarta. Selain itu, perlu dimaksimalkan strategi untuk bauran pemasaran promosi dan harga dengan cara memanfaatkan promosi dengan media sosial, mengikuti bazar makanan dan minuman, memberikan produk uji coba (tester) untuk menarik minat pembelian untuk lebih mengenalkan merek pada calon konsumen.

Kata Kunci: Susu pasteurisasi, potensi pasar, atribut, *Importance Performance Analysis* (IPA), bauran pemasaran.