

**ANALISIS SEGMENTASI, TARGET, POSISI (STP) KOPI
DI *COFFEE SHOP* BOJONEGORO**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Program Studi Agribisnis



Diajukan Oleh:
BURHANUL HAKIM
NPM: 1624010056

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA
TIMUR
SURABAYA
2020**

SKRIPSI

**ANALISIS SEGMENTASI, TARGET, POSISI (STP) KOPI
DI COFFEE SHOP BOJONEGORO**

Diajukan Oleh:


**Burhanul Hakim
NPM: 1624010056**

**Telah Diujikan Pada Tanggal
25 September 2020**


**Skripsi Ini Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Menyetujui,

Pembimbing Utama

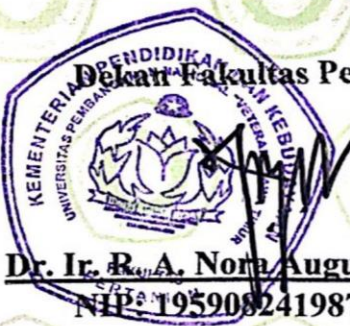

**Ir. Sri Widayanti, MP
NIP: 196201061990032001**

Pembimbing Pendamping



**Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM
NIP: 195902111989031001**

Mengetahui

Dekan Fakultas Pertanian


**Dr. Ir. R. A. Nora Augustien K, MP
NIP: 195908241987032001**

Koordinator Program Studi Agribisnis


**Ir. Sri Widayanti, MP
NIP: 196201061990032001**

**ANALISIS SEGMENTASI, TARGET, POSISI (STP) KOPI
DI COFFEE SHOP BOJONEGORO**

Oleh:

Burhanul Hakim
NPM: 1624010056

Telah Direvisi Pada Tanggal
23 Oktober 2020

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


Ir. Sri Widayanti, MP
NIP: 196201061990032001


Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM
NIP: 195902111989031001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No. 17 Tahun 2010 Pasal 1 Ayat 1 tentang Plagiarisme.

Maka saya sebagai penulis Skripsi dengan judul “ANALISIS SEGMENTASI, TARGET, POSISI (STP) KOPI DI *COFFEE SHOP* BOJONEGORO” menyatakan bahwa Skripsi tersebut bebas dari plagiarisme.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan saya sanggup mempertanggungjawabkan sesuai dengan hukum dan perundangan yang berlaku.

Surabaya, 02 November 2020



Luhmanul Hakim
NPM. 1624010056

ANALISIS SEGMENTASI, TARGET, POSISI (STP) KOPI DI *COFFEE SHOP* BOJONEGORO

Burhanul Hakim¹, Sri Widayanti², Sri Tjondro Winarno³
Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

ABSTRAK

Pemasaran merupakan proses mempelajari kebutuhan dan keinginan konsumen serta memberi kepuasan dengan produk dan pelayanan yang baik. Tujuan perusahaan dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan dengan cara mempertahankan atau meningkatkan penjualannya, sehingga perlu dianalisis segmentasi, target dan posisi kopi di *coffee shop* Bojonegoro. Penelitian ini bertujuan untuk : 1) Menganalisis segmentasi pasar kopi di *coffee shop* berdasarkan karakteristik demografi, perilaku konsumen dan psikografi; 2) Menganalisis penentuan target pasar dari *coffee shop* pada penjualan minuman kopi ; dan 3) Menganalisis penentuan posisi dari *coffee shop* terhadap konsumen kopi. Penelitian ini dilakukan di salah satu *coffee shop* di Bojonegoro bernama *Damai Cafe* dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Metode pengambilan data yang digunakan adalah dengan wawancara kepada konsumen dan pihak-pihak terkait. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 50 orang responden. Analisis data yang digunakan yakni *cluster analysis*, dan *crosstab*, *Multidimensional Scaling* (MDS) dan *Correspondence Analysis* (CA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Segmen 1 merupakan konsumen yang gemar meminum kopi. Sedangkan segmen 2 merupakan konsumen yang lebih konsumtif, akan tetapi kurang suka terhadap minuman kopi ; 2) Target pasar *Damai Cafe* yaitu segmen 1 karena memiliki tingkat konsumsi kopi yang sering, dan memiliki kesiapan membeli tinggi; 3) Posisi *Damai Cafe* memiliki kemiripan dengan pesaingnya yaitu *Pawon Cafe* dan *Getz Cafe*. Namun, posisi *Damai Cafe* memiliki keunggulan pada atribut rasa, keragaman produk, serta kemasan produk yang dinilai lebih unggul dibandingkan dengan *Coffee Shop* pesaingnya.

Kata Kunci : Segmentasi, Target, Posisi, *Coffee Shop*, Bojonegoro

COFFEE SEGMENTATION, TARGET, POSITION (STP) ANALYSIS IN THE COFFEE SHOP BOJONEGORO

Burhanul Hakim¹, Sri Tjondro Winarno², Sri Widayanti³
Agriculture Faculty Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur University

ABSTRACT

Marketing is the process of studying the needs and desires of consumers and providing satisfaction with good products and services. The company's goals can be achieved through efforts to maintain and increase the level of profit by maintaining or increasing sales, so it is necessary to analyze the segmentation, target and position of coffee in the Bojonegoro coffee shop. This research aims to: 1) Analyze the coffee market segmentation in the coffee shop based on demographic characteristics, consumer behavior and psychography; 2) Analyze the determination of the target market of the coffee shop in selling coffee drinks; and 3) Analyze the positioning of the coffee shop on coffee consumers. This research was conducted in a coffee shop in Bojonegoro named Damai Café using primary data and secondary data. The data collection method used is by interviewing consumers and related parties. The number of samples used was 50 respondents. Data analysis used is cluster analysis, and crosstab, Multidimensional Scaling (MDS) and Correspondence Analysis (CA). The results showed that: 1) 1st segment is a consumer who likes to drink coffee. Meanwhile, 2nd segment is a consumer who is more consumptive, but does not like coffee drinks; 2) Damai Cafe's target market is 1st segment because it has a high level of coffee consumption and high purchasing readiness; 3) The position of Damai Cafe is similar to its competitors, namely Pawon Cafe and Getz Cafe. However, Damai Cafe's position has an advantage in the attributes of taste, product diversity, and product packaging which is considered superior to its competitor Coffee Shop.

Keywords : Segmentation, Target, Position, Coffee Shop, Bojonegoro

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi yang berjudul “Analisis Segmentasi, Target, Posisi (STP) Kopi Di *Coffee Shop* Bojonegoro”. Penelitian ini ditulis bertujuan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan kuliah dan mendapatkan gelar Pendidikan Tinggi Pertanian Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa semua keberhasilan dan kesuksesan tidak terlepas dari pertolongan Allah SWT dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terimakasih kepada, Yth Ir. Sri Widayanti, MP, selaku pembimbing utama dan Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM selaku pembimbing pendamping yang telah banyak memberikan pengarahan, masukan, motivasi, semangat serta meluangkan waktu dan tenaganya dengan penuh keikhlasan dan kesabaran untuk membimbing penulis.

Penulis juga menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ir. Nora Augustien K, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ir. Sri Widayanti, MP selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Prof. Dr. Ir. Syarif Imam Hidayat, MM dan Dr. Ir. Indra Tjahaja Amir, MP selaku penguji yang telah memberikan pengarahan, masukan, motivasi, semangat serta meluangkan waktu dan tenaganya dengan penuh keikhlasan dan kesabaran agar penelitian ini menjadi lebih baik.

4. Kedua orang tua yang sangat saya sayangi Bapak Hasan Zubaedi dan Ibu Nunuk Nuriyati, dan kedua adikku tercinta Jauharotul Uyun dan Zulfa Akbar serta seluruh keluarga besarku yang telah banyak memberikan dukungan, do'a, semangat, serta kasih sayang yang tak terhingga.
5. Semua teman-teman Agribisnis angkatan 2016 yang seringkali menyemangati dan melewati masa suka duka selama kuliah dan agroteknologi angkatan 2016. Tak lupa kakak dan adik tingkat di Fakultas Pertanian.
6. Sahabat saya Irvan Febri Geofani, Muchammad Zunaidi, Gagas Yoga Isranda dan yang terakhir Yoga Wahyu Krisdianto.
7. Angelina Permata Dewi, Teman dekat dan terkasih yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak.

Surabaya, September 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN REVISI	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat.....	6
1.5. Batasan Masalah.....	6
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori	19
2.2.1. Manajemen Pemasaran.....	19
2.2.2. Strategi Pemasaran	20
2.2.3. Perilaku Konsumen	23

2.2.4.	Segmentasi Pasar.....	35
2.2.5.	Target Pasar.....	38
2.2.6.	Posisi	42
2.3.	Kerangka Pemikiran	44
III.	METODE PENELITIAN.....	47
3.1	Lokasi dan Objek Penelitian.....	47
3.2	Penentuan Sampel/Responden.....	47
3.3	Jenis dan Sumber Data	48
3.4	Definisi Operasional Variabel	49
3.5	Analisis Data	54
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	66
4.2	Segmentasi Pasar Kopi di Bojonegoro.....	69
4.2.1.	Analisis Statistik Deskriptif	69
4.2.2.	Analisis <i>Cluster</i>	72
4.2.3.	<i>Crosstab</i> (Tabulasi Silang).....	75
4.3	Target Pasar Berdasarkan Segmentasi Kopi Yang Terbentuk	80
4.4	Posisi dari <i>Coffee Shop</i> yang terbentuk di Bojonegoro.....	84
V.	SIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1	Simpulan.....	93
5.2	Saran.....	94
	DAFTAR PUSTAKA	95

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran.....	46
2.	Pamflet Damai <i>Cafe</i>	66
3.	Peta Lokasi Damai <i>Cafe</i>	67
4.	Peta Analisa MDS	87
5.	Grafik Pemetaan Berdasarkan Atribut-Atribut	89
6.	Grafik Posisi <i>Coffee Shop</i> Berdasarkan Penilaian	90
7.	Gabungan Grafik Posisi Dengan Atribut Yang Dinilai	91

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Jumlah Wisatawan di Kabupaten Bojonegoro Tahun 2014-2018.....	2
2.	Jumlah <i>Coffee Shop</i> di Kabupaten Bojonegoro pada Tahun 2019.....	4
3.	Dimensi Gaya Hidup.....	37
4.	Model Kuesioner Menggunakan Skala Likert	51
5.	Tabel Karakteristik Perilaku Konsumen Kopi	51
6.	Pengukuran Psikografi Menggunakan AIO dan Skala Likert.....	52
7.	Identifikasi Variabel.....	55
8.	Kuesioner untuk melakukan <i>Dimensional Scaling</i>	63
9.	Daftar Menu Makanan Damai Cafe Bojonegoro	67
10.	Daftar Menu Minuman Damai Cafe	68
11.	Segmentasi Berdasarkan Karakteristik Demografi	70
12.	Segmentasi Berdasarkan Perbandingan Sikap Konsumen.....	72
13.	Jumlah Segmen Berdasarkan Hasil Pengolahan Data SPSS 25.....	74
14.	Tabulasi Silang antara Usia dengan Hasil Segmentasi	75
15.	Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin dengan Hasil Segmentasi	76
16.	Tabulasi Silang antara Tingkat Pendidikan dengan Hasil Segmentasi	77
17.	Tabulasi Silang antara Pekerjaan/Profesi dengan Hasil Segmentasi	77
18.	Tabulasi Silang antara Pendapatan dengan Hasil Segmentasi	78
19.	Tabulasi Silang antara Pengeluaran dengan Hasil Segmentasi.....	78
20.	Hasil Perbandingan Sikap Berdasarkan Segmentasi.....	81
21.	Target Pasar Berdasarkan Ukuran Segmen dan Daya Tarik Pasar	83

22. Rata-rata Nilai Seluruh Atribut	85
23. Jumlah Total Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Produk	88

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner	99
2.	Segmentasi	104
3.	<i>Crosstab</i>	107
4.	Perhitungan Nilai Rata-rata Setiap Variabel	110
5.	MDS dan CA.....	113