

**STRATEGI PEMASARAN BERAS BERDASARKAN ANALISIS TAHAP  
*BUSINESS LIFE CYCLE* DAN *ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS*  
DI PT KOMODITI TANI INDONESIA**

SKRIPSI



Oleh :  
FATIMA AZRINA PRAMESTHI  
20024010088

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
SURABAYA  
2024**

**STRATEGI PEMASARAN BERAS BERDASARKAN ANALISIS TAHAP  
BUSINESS LIFE CYCLE DAN ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS  
DI PT KOMODITI TANI INDONESIA**

Oleh:

**FATIMA AZRINA PRAMESTHI**  
NPM : 20024010088

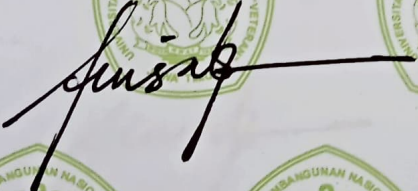
Telah diterima pada tanggal

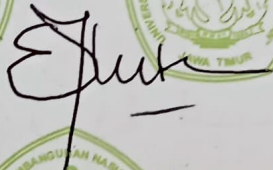
21 November 2024

Telah disetujui oleh:

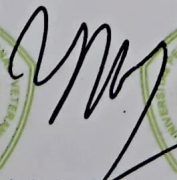
Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama

  
**Nisa Hafi Idhoh Fitriana, S.P., M.P.**  
NIP. 19960121 202203 2012

  
**Dr. Ir. Endang Yektiningsih, MP**  
NIDK: 8955660023

Mengetahui,  
Koordinator Program Studi Agribisnis

  
**Dr. Ir. Nuriah Yulhati, M.P.**  
NIP. 19620712 199103 2001

**STRATEGI PEMASARAN BERAS BERDASARKAN ANALISIS TAHAP  
BUSINESS LIFE CYCLE DAN ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS  
DI PT KOMODITI TANI INDONESIA**

Oleh:

**FATIMA AZRINA PRAMESTHI**  
NPM : 20024010088

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

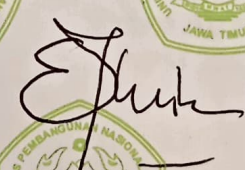
Pada 21 November 2024

Telah disetujui oleh:

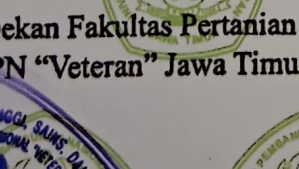
Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama

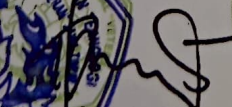
  
**Nisa Hafi Idhoh Fitriana, S.P, M.P.**  
NIP. 19960121 202203 2012

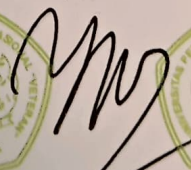
  
**Dr. Ir. Endang Yektiningsih, MP**  
NIDK: 8955660023

Mengetahui,

  
Dekan Fakultas Pertanian  
UPN "Veteran" Jawa Timur

  
Koordinator Program Studi  
Agribisnis

  
**Dr. Ir. Wanti Mindari, MP**  
NIP. 19631208 199003 2001

  
**Dr. Ir. Nuriah Yulhati, M.P.**  
NIP. 19620712 199103 2001

## 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 : Strategi Pemasaran Beras Berdasarkan Analisis Tahap Business Life Cycle dan Analytical Hierarchy Process di PT Komoditi Tani Indonesia

menyatakan bahwa Skripsi tersebut diatas bebas dari plagiarism.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 3 Desember 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Fatima Azrina Pramesthi

NPM 20024010088

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT senantiasa terpanjatkan atas berkat, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi, yang berjudul “Strategi Pemasaran Beras Berdasarkan Analisis Tahap *Business Life Cycle* dan *Analytical Hierarchy Process* di PT Komoditi Tani Indonesia”. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan kuliah dan mendapat gelar sarjana pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa pertolongan Allah SWT dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dr. Ir. Endang Yektiningsih, M.P. selaku dosen pembimbing utama dan Ibu Nisa Hafi Idhoh Fitriana, S.P.,M.P. selaku dosen pembimbing pendamping yang telah memberikan pengarahan, masukan, motivasi, serta meluangkan waktu dan tenaga dengan penuh keikhlasan untuk membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini. Penulis juga menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Ir. Wanti Mindari, MP. Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Prof. Dr. Ir. Syarif Imam Hidayat. MM. Selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP. Selaku Koordinator Program Studi Agribisnis S-1, Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Segenap dosen pengajar Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menjalani perkuliahan di Jurusan Agribisnis.
5. Kedua orang tua, Kakak, Adik dan seluruh keluarga besar atas doa dan dukungannya baik dalam segi moril maupun materiil yang telah diberikan.
6. Mas Fajar Wicaksono yang selalu setia memberikan dukungan dan meyakinkan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
7. Teman-teman Agribisnis angkatan 2020, terutama para sahabat yang selalu menemani dan memberikan dukungan selama perkuliahan.
8. Semua pihak yang telah mendukung dalam penulisan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun.

Surabaya, Desember 2024

Penulis

**Strategi Pemasaran Beras Berdasarkan Analisis Tahap *Business Life Cycle* dan *Analytical Hierarchy Process* di PT Komoditi Tani Indonesia**

Rice Marketing Strategy Based On Business Life Cycle Stage Analysis and Analytical Hierarchy Process at PT Komoditi Tani Indonesia

**Fatima Azrina Pramesthi, Endang Yektiningsih, Nisa Hafi Idhoh Fitriana**

**ABSTRAK**

Strategi pemasaran merupakan cara perusahaan untuk memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan baik perusahaan yang memproduksi barang atau jasa. Setiap perusahaan akan mengalami daur hidup bisnis, hal tersebut membuat perusahaan harus menyusun strategi pemasaran sesuai tahap yang sedang dialami. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis posisi usaha PT Komoditi Tani Indonesia berdasarkan tahap siklus hidup bisnis (*business life cycle*) beras yang diproduksi dan merumuskan strategi pemasaran yang tepat di PT Komoditi Tani Indonesia berdasarkan tahap siklus hidup bisnis dan *Analytical Hierarchy Process (AHP)*. Metode penentuan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 6 responden ahli. Analisis yang digunakan yaitu metode Dickinson dan *analytical hierarchy process* menggunakan software *expert choice II*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam siklus hidup bisnis, posisi usaha PT Komoditi Tani Indonesia saat ini berada di tahap pengenalan (*start-up*) dan hasil *analytical hierarchy process* strategi pemasaran beras menghasilkan urutan prioritas strategi pemasaran berdasarkan tahap start-up yaitu mengembangkan desain produk (0.152), mengikuti event yang relevan (0.152), diskon produk (0.149), meningkatkan kualitas (0.132), harga bundling (0.126), kerjasama dengan influencer (0.115), menjual di supermarket (0.092) dan menjual di e-commerce (0.082).

Kata kunci : strategi pemasaran, beras, siklus hidup bisnis, dickinson, analytical hierarchy process.

**ABSTRACT**

Marketing strategy is a way for companies to win a sustainable competitive advantage for both companies that produce goods or services. Every company will experience a business life cycle, this makes the company have to develop a marketing strategy according to the stage being experienced. This study aims to analyze the business position of PT Komoditi Tani Indonesia based on the stage of the business life cycle of rice produced and formulate the right marketing strategy at PT Komoditi Tani Indonesia based on the stage of the business life cycle and Analytical Hierarchy Process (AHP). The sampling method used purposive sampling with a total of 6 expert respondents. The analytical method used is the

Dickinson method and analytical hierarchy process using expert choice 11 software. The results showed that in the business life cycle, PT Komoditi Tani Indonesia's business position is currently in the start-up stage and the results of the analytical hierarchy process of rice marketing strategy resulted in a priority order of marketing strategies based on the start-up stage, namely developing product design (0.152), participating in relevant events (0.152), product discounts (0.149), improving quality (0.132), bundling prices (0.126), collaborating with influencers (0.115), selling in supermarkets (0.092) and selling in e-commerce (0.082).

Key words : marketing strategy, rice, business life cycle, dickinson, analytical hierarchy process.



## DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
II. TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Beras.....	16
2.2.2 Strategi Pemasaran .....	18

2.2.3 <i>Business Life Cycle</i> .....	25
2.2.4 <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i> .....	36
2.3 Kerangka Pemikiran.....	40
III. METODE PENELITIAN .....	42
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	42
3.2 Metode Penentuan Lokasi .....	42
3.3 Metode Penentuan Populasi dan Sampel Penelitian .....	42
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	43
3.4.1 Pengumpulan Data Primer .....	43
3.4.2 Pengumpulan Data Sekunder .....	45
3.5 Metode Analisis Data .....	45
3.5.1 Analisis Tahap <i>Business Life Cycle</i> .....	45
3.5.2 <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i> .....	47
3.6 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	50
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	52
4.1 Gambaran Umum PT Komoditi Tani Indonesia .....	52
4.2 Identifikasi Tahapan Usaha Berdasarkan <i>Business Life Cycle</i> .....	57
4.3 Strategi Pemasaran Berdasarkan <i>Analytical Hierarchy Process</i> .....	67
4.3.1 Struktur Hierarki .....	68
4.3.2 Uji Konsistensi .....	69
4.3.3 Hasil Pembobotan <i>Analytical Hierarchy Process</i> .....	70

V. KESIMPULAN DAN SARAN .....	80
5.1 Kesimpulan .....	80
5.2 Saran .....	80
DAFTAR PUSTAKA .....	82
LAMPIRAN .....	89

## DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.1	Jumlah Penduduk dan Konsumsi Beras Indonesia Tahun 2018-2022	2
2.1	Skala Perbandingan Berpasangan .....	39
3.1	Nilai Arus Kas Setiap Tahap Siklus Hidup Bisnis .....	46
3.2	Identifikasi Kriteria dan Alternatif Strategi Pemasaran Tahap Start-up	48
3.3	Skala Perbandingan Berpasangan .....	49
4.1	Penjualan PT Komoditi Tani Indonesia Tahun 2022.....	57
4.2	Penjualan PT Komoditi Tani Indonesia Tahun 2023.....	57
4.3	Laba PT Komoditi Tani Indonesia Tahun 2022 .....	60
4.4	Laba PT Komoditi Tani Indonesia Tahun 2023 .....	60
4.5	Arus Kas PT Komoditi Tani Indonesia Tahun 2023.....	62
4.6	Profil Responden.....	67
4.7	Rasio Konsistensi Penilaian Responden .....	70
4.8	Nilai Bobot Alternatif Strategi Berdasarkan Kriteria.....	72
4.9	Nilai Bobot Analisis Alternatif Strategi Pemasaran Keseluruhan.....	74
4.10	Perbedaan Strategi PT KTI Dengan Strategi Rekomendasi.....	78

## DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.1	Volume Konsumsi Beras 10 Negara Terbanyak Global (2022/2023) ...	1
1.2	Grafik Penjualan Beras PT KTI Bulan Januari-September 2023.....	3
2.1	Tahap Business Life Cycle .....	27
2.2	Struktur Hierarki AHP .....	37
2.3	Kerangka Pemikiran.....	41
4.1	Logo PT Komoditi Tani Indonesia.....	52
4.2	Struktur Organisasi PT Komoditi Tani Indonesia .....	53
4.3	Beras Premium Sultan Aji.....	54
4.4	Beras Medium Djoeragan Moeda .....	55
4.5	Gudang PT Komoditi Tani Indonesia.....	56
4.6	Posisi PT Komoditi Tani Indonesia Pada Grafik Siklus Hidup Bisnis .	64
4.7	Grafik Penjualan, Laba Kotor dan Laba Bersih Tahun 2022-2023.....	65
4.8	Hierarki AHP Pemilihan Strategi Pemasaran Tahap Start-up .....	68
4.9	Grafik Bobot Hasil Inputan Responden Antar Kriteria.....	71

## DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian .....	89
2.	Laba Rugi PT Komoditi Tani Indonesia .....	100
3.	Hasil Rekapitulasi Kuesioner AHP Kriteria Level 2.....	101
4.	Hasil Rekapitulasi Kuesioner Kriteria Product Level 3 .....	102
5.	Hasil Rekapitulasi Kuesioner Kriteria Price Level 3 .....	104
6.	Hasil Rekapitulasi Kuesioner Kriteria Promotion Level 3 .....	106
7.	Hasil Rekapitulasi Kuesioner Kriteria Place Level 3.....	108
8.	Perbandingan Berpasangan Kombinasi Hasil Kuesioner.....	110
9.	Bobot Combined Hasil Pengolahan AHP Dengan Expert Choice 11 ...	111
10.	Grafik Synthesis Summary .....	112
11.	Dokumentasi Penelitian.....	113