



PAPER – OPEN ACCESS

Strategi Pemasaran Dengan Segmentasi, Targeting, dan Positioning dalam Perancangan Produk Pelatih Otot Dada

Author : Aurelia Saputri dkk.,
DOI : 10.32734/ee.v3i2.1052
Electronic ISSN : 2654-704X
Print ISSN : 2654-7031

Volume 3 Issue 2 – 2020 TALENTA Conference Series: Energy & Engineering (EE)



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

Published under licence by TALENTA Publisher, Universitas Sumatera Utara



Strategi Pemasaran Dengan Segmentasi, Targeting, dan Positioning dalam Perancangan Produk Pelatih Otot Dada

Aurelia Saputri¹, Angelina Sitorus², Koko Harianto³, Wiro Adiguna Tarigan⁴

^{1,2,3,4}Departemen Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Sumatera Utara, Kota Medan, Indonesia
angelina.sitorus09@gmail.com, aurelia.liu123@gmail.com

Abstract

In the product design of *Compact Pectoral Deck Fly*, it is necessary to do a market survey. *Compact Pectoral Deck Fly* is a fitness tool used to train the chest muscle and was compactly designed so that it could be use at lots of places. Market share is the first step before market survey was done. Market share are divided into 3 namely *Segmentation, Targeting and Positioning*. In *Segmentation*, market groups are divided based on geographic namely Medan City, Binjai, Pematang Siantar, Tebing Tinggi, and Tanjungbalai, based on demographics namely age 15-30 years, 31-50 years, and 51-65 years, women and men, with low, middle and upper income. In *Targeting*, the location of Medan City is chosen, aged 15-30 years, 31-50 years, and 51-65 years, with middle and upper income. A market survey is done by distributing open and closed questionnaires using the sampling method. The number of samples taken is 32 samples obtained from the probability sampling method which is a random sampling technique. The activities of distributing open and closed questionnaires were carried out at Mustika Fitness Centre, located at Jalan Pukat Banting II No.48, Medan. After obtaining the survey results, the validity and reliability testing of competing products and main products is then performed. The results of this processing will be used as a role model in the design of *Compact Pectoral Deck Fly*.

Keywords: Segmentation; Targeting; Positioning; Sampling; validity test; reliability test.

Abstrak

Dalam perancangan produk pelatih otot dada *Compact Pectoral Deck Fly*, perlu dilakukannya survey pasar. *Compact Pectoral Deck Fly* merupakan alat olahraga yang dirancang untuk melatih otot dada dengan desain yang ramping sehingga dapat digunakan dimana saja. Sebelum dilakukannya survey pasar, dilakukan terlebih dahulu dilakukan Market share atau disebut juga dengan peluang pasar. Peluang pasar terbagi menjadi 3 yaitu *Segmentasi, Targeting dan Positioning*. Dalam *Segmentasi*, kelompok pasar dibagi berdasarkan geografis yaitu Kota Medan, Binjai, Pematang Siantar, Tebing Tinggi, dan Tanjungbalai, berdasarkan demografis yaitu usia 15-30 tahun, 31-50 tahun, dan 51-65 tahun, perempuan dan laki-laki, dan berpenghasilan bawah, menengah dan atas. Dalam *Targeting*, dipilih lokasi Kota Medan, berusia 15-30 tahun, 31-50 tahun, dan 51-65 tahun, dan berpenghasilan menengah, dan atas. Survei pasar dilakukan dengan penyebaran kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup menggunakan metode sampling. Jumlah sampel yang diambil yaitu 32 sampel yang didapat dari metode probability sampling yang merupakan teknik random sampling. Kegiatan penyebaran kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup ini dilakukan di Pusat Kebugaran Mustika yang terletak di jalan Pukat Banting II No.48, Medan. Setelah mendapat hasil survei, maka selanjutnya dilakukan pengujian validitas dan pengujian reabilitas terhadap produk pesaing dan produk utama. Hasil dari pengolahan ini akan dijadikan panutan dalam perancangan produk *Compact Pectoral Deck Fly*.

Kata Kunci: Segmentasi; Targeting; Positioning; Sampling; uji validitas; uji reabilitas.

1. Pendahuluan

Compact Pectoral Deck Fly merupakan alat olahraga yang dirancang untuk melatih otot dada dengan desain yang ramping sehingga dapat digunakan dimana saja seperti di rumah, kantor, apartemen, dan lain – lain. Besarnya ukuran dan mahalnya harga pelatih otot dada yang kini ada di pasaran dan pusat kebugaran melatarbelakangi perancangan alat pelatih otot dada *Compact Pectoral Deck Fly* ini.

Persaingan terjadi dalam setiap segmen dalam industri. Untuk memenangkan persaingan, maka produk yang dipasarkan haruslah sesuai dengan kebutuhan pasar dan keinginan konsumen. Hal ini dapat cari tahu dengan melakukan strategi berupa segmentasi, *targeting*, dan *positioning*.

Segmentasi pasar merupakan langkah pertama dimana pasar dipetakan. Hal ini berfungsi untuk membagi pasar agar target pemasaran terhadap produk yang dibuat lebih spesifik [1]. Setelah segmentasi dilakukan, maka perusahaan melakukan *targeting*. Hal ini guna untuk pemilihan segmen pasar untuk dimasuki agar pengalokasian sumber daya lebih efektif [2]. Selanjutnya *positioning* dilakukan untuk merancang produk agar dapat tercipta kesan tertentu dalam benak konsumen [3].

Kemudian kuesioner terbuka dan tertutup dibuat untuk mengetahui keinginan pasar terhadap produk yang dirancang. Pertanyaan dengan jawaban terbuka adalah pertanyaan yang memberikan kebebasan penuh kepada responden untuk menjawabnya. Sedangkan pertanyaan dengan jawaban tertutup adalah sebaliknya, yaitu semua alternatif jawaban responden sudah disediakan [4].

Kuesioner tersebut kemudian dibagikan kepada responden yang banyaknya dihitung dengan menggunakan rumus Krijie-Morgan. Dari hasil rekapan kuesioner terbuka dan tertutup, kemudian dilakukan uji validitas dan reabilitas dengan menggunakan software SPSS [5]. Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen pertanyaan yang digunakan benar-benar handal dan sah untuk digunakan sebagai alat ukur [6].

2. Metode Penelitian

Dalam menyelesaikan penelitian ini dapat dilakukan dengan beberapa tahapan, dimana tahapan yang dilakukan dalam melakukan survei pasar dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Metode penelitian menggambarkan tahapan yang digunakan untuk melakukan penelitian agar penelitian dapat berjalan dengan baik dan tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai. Penjelasan dari tahapan penelitian pada Gambar 1 adalah sebagai berikut:

- Menentukan Target Pasar

Strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan *joint venture*. Strategi adalah merupakan rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang berhubungan dengan keunggulan strategis perusahaan terhadap tantangan lingkungan, yang dirancang untuk dapat memastikan tujuan dari perusahaan dapat dicapai pelaksanaannya yang tepat oleh organisasi. Dalam strategi pemasaran ada tiga elemen yaitu *segmentation*, *targetting* dan *positioning*. *Segmentation* adalah suatu strategi yang digunakan untuk memahami struktur pasar. *Targetting* adalah persoalan memilih, menyeleksi dan menjangkau pasar. Dan *positioning* adalah suatu strategi untuk memasuki jendela otak konsumen.

Positioning biasanya tidak menjadi masalah dan tidak dianggap penting selama barang-barang yang tersedia tidak banyak dan persaingan belum menjadi sesuatu yang penting. *Positioning* baru akan menjadi penting bilamana persaingan sudah sangat sengit [7].

- **Membuat dan Menyebarkan Kuesioner**
Kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Pada penelitian survei, penggunaan kuesioner merupakan hal yang sangat pokok dalam pengumpulan data. Tujuan pokok pembuatan kuesioner adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan survei dengan cara mengisi pertanyaan yang diajukan oleh peneliti terhadap responden yang dipilih. Syarat pengisian kuesioner adalah pertanyaan harus jelas dan mengarah ke tujuan penelitian. Dalam hal ini, dibuat kuesioner dengan dua tipe yaitu kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Setelah kuesioner dibuat, kuesioner disebar di tempat yang sudah dilakukan survei yaitu *gym Mustika Sports Center* [8].
- **Diuji Hasil Rekapitan Kuesioner**
Hasil dari rekapitan kuesioner diuji dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, [9] Validitas menunjukkan sejauh mana skor atau nilai atau ukuran yang diperoleh benar-benar menyatakan hasil pengukuran atau pengamatan yang ingin diukur, sedangkan reliabilitas (*reproducibility, repeatability, consistency, stability*) adalah tingkatan dimana suatu instrumen memberikan hasil yang sama jika digunakan berkali-kali pada populasi atau fenomena yang tidak berubah (*unchanged*) pada situasi yang berbeda. Situasi yang berbeda maksudnya adalah kesempatan (waktu) yang berbeda tetapi pengamat sama, pengamat yang berbeda, atau tes-tes yang serupa atau paralel. Dilakukan pengujian untuk melihat apakah data yang didapat layak dipakai atau tidak [9].
- **Tahap Penyesuaian Produk dengan Hasil Survei Pasar**
Setelah dilakukan pengujian nilai terhadap hasil rekapitan dari penyebaran kuesioner, maka hasil tersebut disesuaikan dengan atribut pada produk yang awalnya sudah ditentukan pada tahap *brainstorming*. Atribut yang sesuai dengan hasil *brainstorming* dinamakan *wish* yang artinya target yang ditetapkan sesuai dengan keinginan pasar, sedangkan atribut yang tidak sesuai dengan hasil *brainstorming* dinamakan *demand* yang artinya target yang ditetapkan tidak sesuai dengan keinginan pasar [10].

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Data Peluang Pasar (Market Share)

Analisis Segmentasi, *Targeting* dan *Positioning* dilakukan untuk mengetahui peluang pasar terhadap populasi yang akan menjadi pasar Produk *Compact Pectoral Deck Fly*. Analisis yang dilakukan adalah sebagai berikut.

- **Segmentasi**
Segmentasi pasar merupakan kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang lebih homogen. Beberapa segmentasi pasar produk *Compact Pectoral Deck Fly* adalah:
 - Segmentasi berdasarkan geografis
 - Kota Medan
 - Kota Binjai
 - Kota Pematang Siantar
 - Kota Tebing Tinggi
 - Kota Tanjungbalai
 - Segmentasi berdasarkan demografis
 - Umur : 15-30 Tahun, 31-50 Tahun, 51-65 Tahun
 - Jenis kelamin : Perempuan dan laki-laki
 - Segmentasi berdasarkan psikografis
 - Gaya hidup : Bawah, menengah, dan atas.
- **Targetting**
Targetting adalah mengevaluasi daya tarik perusahaan secara efektif dengan memilih, menyeleksi, dan menjangkau pasar yang tepat. Target pasar (*targetting*) untuk penjualan produk *Compact Pectoral Deck Fly* yaitu:
 - Daerah sasaran dipilih berdasarkan lokasi terdekat dari tempat produksi, yaitu Kota Medan
 - Usia yang dipilih yaitu yang berusia:
 - 15-30 Tahun
 - 31-50 Tahun
 - 51-65 Tahun
 - Tingkat ekonomi yang dipilih sebagai target pasar yaitu konsumen yang tingkat ekonominya bawah, menengah, dan atas
- **Positioning**
Positioning merupakan tindakan perusahaan untuk merancang produk agar dapat tercipta kesan tertentu dalam benak konsumen. *Positioning* pada Produk *Compact Pectoral Deck Fly* adalah sebagai berikut:
 - Mengidentifikasi target pasar

Target pasar yang ditunjukkan adalah penduduk Kota Medan yang antusias terhadap kesehatan.

- Menentukan keunggulan produk
Keunggulan dari produk *Positioning* pada Produk *Compact Pectoral Deck Fly* dibanding dengan pesaing adalah:
 - Produk memiliki ukuran yang relatif kecil dengan dimensi 88 cm x 4 cm x 45 cm
 - Produk jauh lebih murah dibandingkan *Pectoral Deck Fly* yang biasa tersedia di *GYM*
 - Melakukan strategi dalam menjalankan *positioning*
- Strategi yang dilakukan dalam menjalankan *positioning* pada Produk *Compact Pectoral Deck Fly* yaitu strategi produk, strategi promosi, dan strategi manajemen. Dalam strategi pemasaran, diperlukan adanya 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) yaitu :
 - *Product* : Produk yang akan dipasarkan adalah *Compact Pectoral Deck Fly* yang merupakan alat olahraga dengan desain ramping yang dapat dipakai di rumah.
 - *Price* : Harga *Compact Pectoral Deck Fly* disesuaikan dengan harga pokok produksi dan promosi serta keuntungan yang ingin dicapai. Selain itu, harga *Compact Pectoral Deck Fly* sangat bersaing dengan *Pectoral Deck Fly* yang sudah ada di pasaran.
 - *Place* : Penjualan produk Rak ATK akan dipasarkan pada toko alat olahraga
 - *Promotion* : Promosi dilakukan secara langsung dan tidak langsung kepada konsumen, baik *online* maupun *offline*. Pemasaran secara *online* melalui media sosial seperti Instagram, WhatsApp dan facebook.

3.2. Penentuan Jumlah Sampel

Populasi yang diambil adalah anggota Mustika Sport Center Jln Mustika No. 68 Medan, sebanyak 34 orang. Perhitungan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Krijie-Morgan yaitu:

$$n = \frac{\chi^2 \times N \times P(1-P)}{(N-1) \times d^2 + \chi^2 \times P(1-P)} \quad (1)$$

Keterangan :

- n = ukuran sampel
- N = ukuran populasi
- χ^2 = nilai Chi kuadrat
- P = proporsi populasi
- d = galat pendugaan

Maka dengan menggunakan rumus di atas, jumlah sampel yang diambil adalah:

$$n = \frac{\chi^2 \times N \times P(1-P)}{(N-1) \times d^2 + \chi^2 \times P(1-P)} \quad (2)$$

$$n = \frac{3,841 \times 34 \times 0,5(1-0,5)}{(34-1) \times 0,05^2 + 3,841 \times 0,5(1-0,5)} = 31,3099$$

$$\approx 32 \text{ responden}$$

- Rekapitulasi Kuesioner Terbuka

Hasil rekapitulasi modus dari kuesioner terbuka untuk setiap atribut *Compact Pectoral Deck Fly* ditunjukkan pada tabel sebagai berikut.

Tabel 1. Modus Atribut yang Digunakan dalam Kuesioner Terbuka

| No. | Atribut | Modus |
|-----|-------------------|--------------------------|
| 1 | Material | Besi |
| 2 | Bahan Pelapis | Busa |
| 3 | Bentuk Pegangan | Lurus dan dilapisi karet |
| 4 | Dimensi | Selebar bahu |
| 5 | Diameter Kerangka | 5 cm |
| 6 | Warna | Hitam |
| 7 | Motif | Polos |
| 8 | Jumlah Pegas | 2 |
| 9 | Diameter Pegas | 5 cm |
| 10 | Tinggi Pegas | 10 cm |

- Rekapitulasi Kuesioner Tertutup

Hasil rekapitulasi kuesioner tertutup untuk setiap atribut *Compact Pectoral Deck Fly* ditunjukkan pada tabel sebagai berikut.

Tabel 2. Atribut yang Digunakan dalam Kuesioner Tertutup

| No | Primer | Sekunder | Tersier |
|----|-----------------|-------------------|--------------------------|
| 1 | Desain Utama | Material | Besi |
| | | Bahan Pelapis | Busa |
| | | Bentuk Pegangan | Lurus dan dilapisi karet |
| | | Dimensi | Selebar bahu |
| | | Diameter Kerangka | 5 cm |
| | | Warna | Hitam |
| 2 | Fungsi Tambahan | Motif | Polos |
| | | Jumlah Pegas | 2 |
| | | Diameter Pegas | 5 cm |
| | | Tinggi Pegas | 10 m |

3.3. Uji Validitas

Hasil perhitungan validitas kinerja untuk setiap atribut *Compact Pectoral Deck Fly* ditunjukkan pada tabel sebagai berikut.

Tabel 3. Hasil Pengujian Validitas Kinerja Atribut *Compact Pectoral Deck Fly*

| Atribut | R | Keterangan |
|---------------------|--------|------------|
| Material CPDF | 0,5159 | Valid |
| Bahan Pelapis CPDF | 0,4314 | Valid |
| Jumlah Pegas CPDF | 0,3692 | Valid |
| Diameter Pegas CPDF | 0,5217 | Valid |

Tabel 3. Hasil Pengujian Validitas Kinerja Atribut *Compact Pectoral Deck Fly* (Lanjutan)

| Atribut | R | Keterangan |
|------------------------|--------|------------|
| Tinggi Pegas CPDF | 0,4836 | Valid |
| Bentuk Pegangan CPDF | 0,3740 | Valid |
| Dimensi CPDF | 0,4849 | Valid |
| Diameter Kerangka CPDF | 0,5048 | Valid |
| Warna CPDF | 0,3495 | Valid |
| Motif CPDF | 0,3518 | Valid |

Hasil perhitungan validitas harapan untuk setiap atribut *Compact Pectoral Deck Fly* ditunjukkan pada tabel sebagai berikut.

Tabel 4. Hasil Pengujian Validitas Harapan Atribut *Compact Pectoral Deck Fly*

| Atribut | R | Keterangan |
|------------------------|--------|------------|
| Material CPDF | 0,5159 | Valid |
| Bahan Pelapis CPDF | 0,4314 | Valid |
| Jumlah Pegas CPDF | 0,3692 | Valid |
| Diameter Pegas CPDF | 0,5145 | Valid |
| Tinggi Pegas CPDF | 0,4836 | Valid |
| Bentuk Pegangan CPDF | 0,3886 | Valid |
| Dimensi CPDF | 0,5109 | Valid |
| Diameter Kerangka CPDF | 0,4764 | Valid |
| Warna CPDF | 0,3495 | Valid |
| Motif CPDF | 0,3518 | Valid |

Hasil perhitungan validitas untuk setiap atribut *Compact Pectoral Deck Fly* Kelompok VII C ditunjukkan pada tabel sebagai berikut.

Tabel 5. Hasil Pengujian Validitas Atribut *Compact Pectoral Deck Fly* Kelompok VII C

| Atribut | R | Keterangan |
|------------------------|--------|--------------|
| Material CPDF | 0,4276 | <i>Valid</i> |
| Bahan Pelapis CPDF | 0,4096 | <i>Valid</i> |
| Jumlah Pegas CPDF | 0,3581 | <i>Valid</i> |
| Diameter Pegas CPDF | 0,3540 | <i>Valid</i> |
| Tinggi Pegas CPDF | 0,3715 | <i>Valid</i> |
| Bentuk Pegangan CPDF | 0,5972 | <i>Valid</i> |
| Dimensi CPDF | 0,3949 | <i>Valid</i> |
| Diameter Kerangka CPDF | 0,4190 | <i>Valid</i> |
| Warna CPDF | 0,3748 | <i>Valid</i> |
| Motif CPDF | 0,3698 | <i>Valid</i> |

Hasil perhitungan validitas untuk setiap atribut *Compact Pectoral Deck Fly* pesaing I ditunjukkan pada tabel sebagai berikut.

Tabel 6. Hasil Pengujian Validitas Atribut *Compact Pectoral Deck Fly* Pesaing I

| Atribut | R | Keterangan |
|------------------------|--------|--------------|
| Material CPDF | 0,4990 | <i>Valid</i> |
| Bahan Pelapis CPDF | 0,4086 | <i>Valid</i> |
| Jumlah Pegas CPDF | 0,4667 | <i>Valid</i> |
| Diameter Pegas CPDF | 0,3642 | <i>Valid</i> |
| Tinggi Pegas CPDF | 0,4025 | <i>Valid</i> |
| Bentuk Pegangan CPDF | 0,4331 | <i>Valid</i> |
| Dimensi CPDF | 0,3700 | <i>Valid</i> |
| Diameter Kerangka CPDF | 0,5201 | <i>Valid</i> |
| Warna CPDF | 0,4673 | <i>Valid</i> |
| Motif CPDF | 0,3852 | <i>Valid</i> |

Hasil perhitungan validitas untuk setiap atribut *Compact Pectoral Deck Fly* Pesaing II ditunjukkan pada tabel sebagai berikut.

Tabel 7. Hasil Pengujian Validitas Atribut *Compact Pectoral Deck Fly* Pesaing II

| Atribut | R | Keterangan |
|------------------------|--------|--------------|
| Material CPDF | 0,4571 | <i>Valid</i> |
| Bahan Pelapis CPDF | 0,3611 | <i>Valid</i> |
| Jumlah Pegas CPDF | 0,6400 | <i>Valid</i> |
| Diameter Pegas CPDF | 0,4872 | <i>Valid</i> |
| Tinggi Pegas CPDF | 0,4811 | <i>Valid</i> |
| Bentuk Pegangan CPDF | 0,5025 | <i>Valid</i> |
| Dimensi CPDF | 0,3829 | <i>Valid</i> |
| Diameter Kerangka CPDF | 0,4498 | <i>Valid</i> |
| Warna CPDF | 0,4005 | <i>Valid</i> |
| Motif CPDF | 0,3906 | <i>Valid</i> |

Hasil perhitungan validitas untuk setiap atribut *Compact Pectoral Deck Fly* Pesaing III ditunjukkan pada tabel sebagai berikut.

Tabel 8. Hasil Pengujian Validitas Atribut *Compact Pectoral Deck Fly* Pesaing III

| Atribut | R | Keterangan |
|------------------------|--------|------------|
| Material CPDF | 0,5227 | Valid |
| Bahan Pelapis CPDF | 0,5687 | Valid |
| Jumlah Pegas CPDF | 0,4300 | Valid |
| Diameter Pegas CPDF | 0,4819 | Valid |
| Tinggi Pegas CPDF | 0,7461 | Valid |
| Bentuk Pegangan CPDF | 0,4086 | Valid |
| Dimensi CPDF | 0,3797 | Valid |
| Diameter Kerangka CPDF | 0,5267 | Valid |
| Warna CPDF | 0,4016 | Valid |
| Motif CPDF | 0,5503 | Valid |

3.4. Uji Reliabilitas

Hasil rekapitulasi nilai σ_x^2 pada kinerja untuk setiap atribut *Compact Pectoral Deck Fly* dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 9. Rekapitulasi Nilai Reliabilitas Kinerja

| Atribut | σ_x^2 hitung |
|------------------------|---------------------|
| Material CPDF | 1,2568 |
| Bahan Pelapis CPDF | 1,5469 |
| Jumlah Pegas CPDF | 1,6211 |
| Diameter Pegas CPDF | 1,3818 |
| Tinggi Pegas CPDF | 1,6094 |
| Bentuk Pegangan CPDF | 1,1836 |
| Dimensi CPDF | 1,6475 |
| Diameter Kerangka CPDF | 1,7646 |
| Warna CPDF | 1,3662 |
| Motif CPDF | 1,7148 |

Hasil rekapitulasi nilai σ_x^2 pada harapan untuk setiap atribut *Compact Pectoral Deck Fly* dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 10. Rekapitulasi Nilai Reliabilitas Harapan

| Atribut | σ_x^2 hitung |
|------------------------|---------------------|
| Material CPDF | 1,2568 |
| Bahan Pelapis CPDF | 1,5469 |
| Jumlah Pegas CPDF | 1,6211 |
| Diameter Pegas CPDF | 1,2969 |
| Tinggi Pegas CPDF | 1,6094 |
| Bentuk Pegangan CPDF | 1,2490 |
| Dimensi CPDF | 1,7568 |
| Diameter Kerangka CPDF | 1,6709 |
| Warna CPDF | 1,3662 |
| Motif CPDF | 1,7148 |

Hasil rekapitulasi nilai σ_x^2 untuk *Compact Pectoral Deck Fly* Kelompok VII C dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 10. Rekapitulasi Nilai Reliabilitas *Compact Pectoral Deck Fly* Kelompok VII C

| Atribut | σ_x^2 hitung |
|------------------------|---------------------|
| Material CPDF | 1,5928 |
| Bahan Pelapis CPDF | 1,7461 |
| Jumlah Pegas CPDF | 1,3506 |
| Diameter Pegas CPDF | 1,4678 |
| Tinggi Pegas CPDF | 1,4023 |
| Bentuk Pegangan CPDF | 1,2803 |
| Dimensi CPDF | 1,3975 |
| Diameter Kerangka CPDF | 1,3975 |
| Warna CPDF | 1,4375 |
| Motif CPDF | 1,7148 |

Hasil rekapitulasi nilai σ_x^2 untuk *Compact Pectoral Deck Fly* Pesaing I dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 12. Rekapitulasi Nilai Reliabilitas *Compact Pectoral Deck Fly* Pesaing I

| Atribut | σ_x^2 hitung |
|------------------------|---------------------|
| Material CPDF | 1,3193 |
| Bahan Pelapis CPDF | 1,6836 |
| Jumlah Pegas CPDF | 1,1943 |
| Diameter Pegas CPDF | 1,3271 |
| Tinggi Pegas CPDF | 1,7500 |
| Bentuk Pegangan CPDF | 1,3398 |
| Dimensi CPDF | 1,5625 |
| Diameter Kerangka CPDF | 1,0273 |
| Warna CPDF | 1,5586 |
| Motif CPDF | 1,6553 |

Hasil rekapitulasi nilai σ_x^2 untuk *Compact Pectoral Deck Fly* Pesaing II dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 13. Rekapitulasi Nilai Reliabilitas *Compact Pectoral Deck Fly* Pesaing II

| Atribut | σ_x^2 hitung |
|------------------------|---------------------|
| Material CPDF | 1,1094 |
| Bahan Pelapis CPDF | 0,9365 |
| Jumlah Pegas CPDF | 1,2100 |
| Diameter Pegas CPDF | 1,3711 |
| Tinggi Pegas CPDF | 1,4678 |
| Bentuk Pegangan CPDF | 1,4834 |
| Dimensi CPDF | 1,8711 |
| Diameter Kerangka CPDF | 1,3711 |
| Warna CPDF | 1,2959 |
| Motif CPDF | 1,9678 |

Hasil rekapitulasi nilai σ_x^2 untuk *Compact Pectoral Deck Fly* Pesaing III dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 14. Rekapitulasi Nilai Reliabilitas *Compact Pectoral Deck Fly* Pesaing III

| Atribut | σ_x^2 hitung |
|------------------------|---------------------|
| Material CPDF | 2,0898 |
| Bahan Pelapis CPDF | 1,1875 |
| Jumlah Pegas CPDF | 1,4521 |
| Diameter Pegas CPDF | 0,9961 |
| Tinggi Pegas CPDF | 13,3086 |
| Bentuk Pegangan CPDF | 1,2725 |
| Dimensi CPDF | 2,2969 |
| Diameter Kerangka CPDF | 1,8594 |
| Warna CPDF | 2,0586 |
| Motif CPDF | 2,0068 |

3.5. Hasil dari Peta Posisi Produk

Analisis dari peta posisi produk *Compact Pectoral Deck Fly* (CPDF) Kelompok VII C adalah sebagai berikut.

- Produk Kelompok VII berada pada kuadran B, yang menandakan bahwa produk tersebut memiliki tingkat utilitas (kinerja) tinggi dan tingkat performansi (harapan) yang tinggi. Artinya produk Kelompok VII memiliki atribut yang diinginkan oleh pelanggan yang dapat memuaskan keinginan pelanggan.
- Produk pesaing 3 berada pada kuadran A, yang menandakan bahwa produk tersebut memiliki tingkat utilitas (kinerja) tinggi dan tingkat performansi (harapan) yang rendah.
- Produk pesaing 2 berada pada kuadran D yang artinya produk memiliki tingkat utilitas rendah dan tingkat performansi yang tinggi.
- Produk pesaing 1 berada pada kuadran C yang artinya produk memiliki tingkat utilitas dan tingkat performansi yang rendah.

Analisis dari peta posisi atribut produk berdasarkan rekapitulasi kinerja dan harapan dari kuesioner tertutup adalah sebagai berikut.

- Kuadran B (prioritas utama) atau *attributes to improve* ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang diharapkan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih sangat rendah). Atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah bahan pegas, jumlah pegas, bentuk pegas, warna.
- Kuadran C (prioritas rendah) atau *attributes to maintain* ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini, yaitu cara mengeluarkan tinggi pegas, diameter kerangka, motif, material, dan dimensi.

4. Kesimpulan

Strategi pemasaran yang dilakukan yaitu dengan menetapkan target pemasaran yang dilakukan di *Mustika Sports Center* yang beralamat di Jl. Pukat Banting No. 48, Medan dengan target usia 15-65 tahun. Produk didesain dengan corak polos dan memiliki fungsi tambahan berupa sabuk dan tidak memerlukan ruang penyimpanan yang besar. Jumlah sampel yaitu sebanyak 32 responden. Metode *sampling* yang digunakan adalah metode *probability sampling* dengan teknik *sampling* yaitu *simple random sampling* sebab setiap anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Nilai hasil pengujian validitas dan reabilitas secara manual didapatkan hasil yang tidak jauh berbeda dengan menggunakan *software* SPSS.

Referensi

- [1] Prasetyo, Larasati Dwi, Silcyljeova Moniharapon, dan Sjendry Loindong. (2017) Pengaruh Faktor-Faktor Segmentasi Demografis dan Segmentasi Psikografis Terhadap Keputusan Pembelian pada Matahari Department Store Mtcmanado. *Jurnal EMBA*. Vol.5 (2)
- [2] Rismawati, Fitria, Sri Wahyuni, dan Joko Widodo. (2018) Strategi Pemasaran Stp (Segmenting, Targeting, Positioning) pada Larissa Aesthetic Center Cabang Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Vol.13 (2)
- [3] Karamoy, Sandy Wulan. (2013) Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Produk KPR BNI Griya. *Jurnal EMBA*. Vol.1 (3).
- [4] Sandjaja, Irfan Eko dan Dian Purnamasari. (2017) Perancangan Kuisisioner Survei Galangan. *Technology Science and Engineering Journal*. Vol.1 (1)
- [5] Rahdiyanta, Dwi. (2017) Pengaruh Faktor Psikologis Dalam Pemilihan Program Keahlian Teknik Mesin Di Sekolah Menengah Kejuruan. *Jurnal Dinamika Vokasional Teknik Mesin*. Vol.2 (1)
- [6] Zakaria Ian Setiawan dan Rusdiansyah. (2016) Peranan Bauran Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Alat Kesehatan. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*. Vol.12 (2)
- [7] Yuliana, Rahmi. (2013) Analisis Strategi Pemasaran pada Produk Sepeda Motor Matik Berupa Segmentasi, Targeting, dan Positioning serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Semarang. *Jurnal STIE Semarang*. Vol 5. No 2.
- [8] Ginting, Rosnani. (2010) Perancangan Produk. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [9] Ginting, Rosnani. (2013) Rancangan Teknik Industri. Medan: USU Press.
- [10] Ginting, Rosnani. (2010) Perancangan Produk. Yogyakarta: Graha Ilmu.