

# **STRATEGI PENETRASI PASAR TEPUNG PREMIKS BEBAS GLUTEN MUGO UNTUK MENCAPAI PERTUMBUHAN BERKELANJUTAN MELALUI ANALISIS PENGALAMAN PELANGGAN**

**ZIDAN AFZALURRAHMAN**



**PROGRAM STUDI BISNIS  
SEKOLAH BISNIS  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2024**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



**IPB University**  
Bogor Indonesia

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



## PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Penetrasi Pasar Produk Tepung Premiks Bebas Gluten Mugo untuk Mencapai Pertumbuhan Berkelanjutan Melalui Analisis Pengalaman Pelanggan” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2024

*Zidan Afzalurrahman*  
K1401201099

## ABSTRAK

ZIDAN AFZALURRAHMAN. Strategi Penetrasi Pasar Produk Tepung Premiks Bebas Gluten Mugo untuk Mencapai Pertumbuhan Berkelanjutan Melalui Analisis Pengalaman Pelanggan. Dibimbing oleh RIZAL SYARIEF dan SUHENDI.

Sejak 2020, CV Nawasena Pangan Kreatif memproduksi tepung premiks bebas gluten Mugo. Perusahaan berusaha terus tumbuh bersama pertumbuhan permintaan produk bebas gluten dunia yang terus meningkat setiap tahunnya. Namun, dalam 2 tahun terakhir pertumbuhan pangsa pasar perusahaan sulit mencapai target. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengalaman pelanggan tepung premiks bebas gluten Mugo untuk dapat merumuskan strategi penetrasi pasar bagi perusahaan. Penelitian menggunakan *persona canvas*, *empathy map*, CJM, pemodelan BITSER, dan BITSER *ranking* untuk dapat memahami pribadi pelanggan, memetakan dan memahami pengalaman pelanggan dalam mengenal hingga merekomendasikan produk tepung premiks bebas gluten Mugo serta merumuskan rekomendasi strategi penetrasi pasar bagi perusahaan. Berdasarkan hasil analisis, pelanggan memiliki halangan yang berbeda-beda pada setiap tahapan sehingga dibutuhkan strategi yang berbeda-beda pula. Perusahaan harus memfokuskan program strateginya untuk mengatasi halangan pada proses perilaku belanja pelanggan dan memberikan dorongan lebih untuk memunculkan kesetiaan pada pelanggan.

Kata kunci: BITSER *ranking*, CJM, *empathy map*, pemodelan BITSER, *persona canvas*

## ABSTRACT

ZIDAN AFZALURRAHMAN. Mugo Gluten-Free Premixed Flour Product Market Penetration Strategy to Achieve Sustainable Growth Through Customer Experience Analysis. Supervised by RIZAL SYARIEF and SUHENDI.

Since 2020, CV Nawasena Pangan Creative has been producing Mugo gluten-free premix flour. The company strives to continue to grow along with the growth in world demand for gluten-free products which continues to increase every year. However, in the last 2 years the company's market share growth has been difficult to reach the target. This research aims to analyze the customer experience of Mugo gluten-free premix flour in order to formulate a market penetration strategy for the company. The research uses *persona canvas*, *empathy map*, CJM, BITSER modeling, and BITSER ranking to be able to understand customer personalities, map and understand customer experiences in getting to know and recommending Mugo gluten-free premix flour products and formulating market penetration strategy recommendations for the company. Based on the analysis results, customers have different obstacles at each stage so different strategies are needed. Companies must focus their strategic programs on overcoming obstacles to the customer shopping behavior process and provide more encouragement to generate customer loyalty.

Keywords: BITSER modeling, BITSER ranking, CJM, *empathy map*, *persona canvas*.



Judul Skripsi : Strategi Penetrasi Pasar Produk Tepung Premiks Bebas Gluten  
Mugo untuk Mencapai Pertumbuhan Berkelanjutan melalui  
Analisis Pengalaman Pelanggan

Nama : Zidan Afzalurrahman  
NIM : K1401201099

Disetujui oleh

Pembimbing 1:  
Prof. Dr. Ir. Rizal Syarif, D.E.S.S.



Pembimbing 2:  
Dr. Suhendi,, S.P., M. M.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:  
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.  
NIP. 197711262008122001



Tanggal Ujian: 14 Agustus 2024

Tanggal Lulus: 20 Agustus 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari 2024 sampai bulan Juli 2024 ini ialah strategi penetrasi pasar melalui pendekatan pengalaman pelanggan, dengan judul “Strategi Penetrasi Pasar Produk Tepung Premiks Bebas Gluten Mugo untuk Mencapai Pertumbuhan Berkelanjutan Melalui Analisis Pengalaman Pelanggan”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, Prof. Dr. Ir. Rizal Syarief, D.E.S.S, dan Dr. Suhendi, S.P., M.M. yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada, Anggi Mayang Sari, S.Si MBA selaku moderator presentasi bisnis, serta Dr. Ir. Rr. Heny Kuswanti Suwarsinah, M.Ec. dan Raden Isma Anggraini, S.P., M.M. sebagai penguji luar komisi pembimbing yang telah membantu melancarkan proses berjalannya presentasi bisnis dan ujian skripsi serta memberikan banyak saran dan masukan untuk memperbaiki kekurangan dari penelitian ini.

Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, Mufti Chasani, dan ibu, Arni Solikhati, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan moral, dukungan materi, doa, dan kasih sayangnya yang tiada henti yang telah menjadi motivasi saya untuk terus berjuang menyelesaikan penelitian ini.

Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada CV Nawasena Pangan Kreatif yang telah memberi izin dan mendukung penelitian, Fatkhia Fitria, S.Tp., Elvin Wijaya, S. Tp., dan Syifa Sakina Maulida, S. Tp., yang telah membantu selama pengumpulan data dan mengizinkan untuk melaksanakan Capstone Project.

Tidak lupa terimakasih sebesar-besarnya kepada seluruh sahabat, teman, dan keluarga besar SB 57 yang terus menemani dan mendukung peneliti hingga akhir masa studi ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2024

*Zidan Afzalurrahman*

## DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	5
1.5 Ruang Lingkup	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tepung Premiks Bebas Gluten	7
2.2 <i>Ansoff Matrix</i>	7
2.3 <i>Touchpoint dan Customer Insight</i>	8
2.4 <i>Canvas Persona</i>	9
2.5 <i>Empathy Map</i>	9
2.6 <i>Customer Journey Mapping</i>	10
2.7 Model BITSER	11
2.8 <i>BITSER Ranking</i>	13
2.9 Penelitian Terdahulu	13
2.10 Kerangka Pemikiran	16
III METODE	18
3.1 Waktu dan Tempat	18
3.2 Jenis dan Sumber Data	18
3.3 Teknik Pengumpulan Data	19
3.4 Teknik Penentuan Responden	19
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisi Data	20
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	26
4.2 Pengkodean Data	27
4.3 Pengalaman Pelanggan Mugo	32
4.4 Strategi Penetrasi Pasar	38
4.5 Prioritas Alokasi Fokus Pelaksanaan Program	45
V SIMPULAN DAN SARAN	47
5.1 Simpulan	47
5.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	53
RIWAYAT HIDUP	72



## DAFTAR TABEL

1	Tabel 1 Subjek program BITSER	12
2	Tabel 2 Penelitian terdahulu	13
3	Tabel 3 Jenis dan sumber data	18
4	Tabel 4 Proses penyusunan peta tematik	21
5	Tabel 5 Format BITSER <i>ranking</i>	25
6	Tabel 6 Peta tematik	27
7	Tabel 7 Karakteristik program BITSER	38
8	Tabel 8 BITSER <i>ranking</i>	45

## DAFTAR GAMBAR

1	Gambar 1 Produk tepung premiks bebas gluten Mugo	2
2	Gambar 2 Penjualan tepung premiks bebas gluten Mugo (2022-2023)	2
3	Gambar 3 <i>Ansoff Matrix</i>	3
4	Gambar 4 Perbandingan penjualan 2022-2023	4
5	Gambar 5 Teori Penyebaran Inovasi	5
6	Gambar 6 <i>Ansoff Matrix</i>	8
7	Gambar 7 <i>Empathy map</i>	10
8	Gambar 8 <i>Customer journey mapping</i>	11
9	Gambar 9 Kerangka pemikiran penelitian	16
10	Gambar 10 Proses pengolahan dan analisis data	20
11	Gambar 11 <i>Persona canvas</i>	22
12	Gambar 12 CJM model BITSER	24
13	Gambar 13 Hasil CJM	33

## DAFTAR LAMPIRAN

1	Lampiran 1 Daftar pertanyaan wawancara	54
2	Lampiran 2 Tabel penjabaran isi hasil CJM: <i>brand awareness</i> dan <i>image</i>	57
3	Lampiran 3 Tabel penjabaran isi CJM: <i>traffic</i> dan <i>sales</i>	60
4	Lampiran 4 Penjabaran isi CJM: <i>extra sales</i> dan <i>refferal sales</i>	61
5	Lampiran 5 Definisi Kode	63

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.