

RANCANGAN STRATEGI OPTIMALISASI KONVERSI *RATE* PADA PENJUALAN PRODUK AQIQAH PT TRIPTA ABYAPTA SENTOSA

RAFDY RAYHAN MAULANA



**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 mengumumkan 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 “Rancangan Strategi Optimalisasi Konversi *Rate* pada Penjualan Produk Aqiqah PT Tripta Abyapta Sentosa” 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

Rafdy Rayhan Maulana
K1401201071

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.



ABSTRAK

RAFDY RAYHAN MAULANA. Rancangan Strategi Optimalisasi Konversi *Rate* pada Penjualan Produk Aqiqah PT Tripta Abyapta Sentosa. Dibimbing oleh Dibimbing oleh RETNANINGSIH dan ASADUDDIN ABDULLAH.

PT Tripta Abyapta Sentosa adalah penyedia jasa layanan aqiqah yang melayani konsumen di wilayah Jabodetabek. Penjualan produk aqiqah masih belum optimal dengan konversi *rate* <15%. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi strategi yang dapat meningkatkan konversi *rate* produk aqiqah. Responden terdiri dari konsumen potensial dan aktual yang ditentukan secara *purposive sampling*. Pengumpulan data dikumpulkan melalui pengisian kuesioner *online* dan wawancara *offline*. Analisis yang digunakan adalah deskriptif, analisis faktor (EFA), *marketing mix* 4C, dan IPA. Karakteristik konsumen didominasi oleh perempuan Generasi Z yang berdomisili di Kota Bogor dengan pekerjaan sebagai wirausaha dan memiliki pendapatan keluarga sebesar Rp5.000.000-Rp7.000.000. Faktor yang memengaruhi keputusan pembelian adalah daya tarik, gaya hidup, dan budaya. Strategi rekomendasi optimalisasi konversi *rate* adalah membuat sop, *packaging* baru, *website* dan *landing page*, serta *user experience* yang baik pada google.

Kata kunci: hewan aqiqah, KMO dan MSA, pendapatan, Slovin, SPSS

ABSTRACT

RAFDY RAYHAN MAULANA. Design of Optimization Strategies for Conversion Rates in Aqiqah Product Sales at PT Tripta Abyapta Sentosa. Supervised by RETNANINGSIH and ASADUDDIN ABDULLAH.

PT Tripta Abyapta Sentosa is an Aqiqah service provider serving customers in the Jabodetabek area. The sales of Aqiqah products are still not optimal, with a conversion rate of less than 15%. This research aims to provide strategy recommendations to improve the conversion rate of Aqiqah products. The respondents consist of potential and actual consumers selected through purposive sampling. Data collection was conducted through online questionnaires and offline interviews. The analysis used includes descriptive analysis, factor analysis (EFA), the 4C marketing mix, and IPA. The consumer characteristics are dominated by Generation Z females residing in Bogor City, with the majority working as entrepreneurs and earning Rp5.000.000-Rp7.000.001. Factors influencing purchasing decisions include appeal, lifestyle, and culture. This research produces strategic recommendations, including creating new SOPs, designing new packaging, developing a website and landing page, and enhancing the user experience on Google.

Keywords: aqiqah livestock, income, KMO and MSA, Slovin, SPSS



Judul Skripsi : Rancangan Strategi Optimalisasi Konversi *Rate* pada Penjualan Produk Aqiqah PT Tripta Abyapta Sentosa

Nama : Rafdy Rayhan Maulana

NIM : K1401201071

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Ir. Retnaningsih, M.Si.



Pembimbing 2:
Asaduddin Abdullah, B.Sc., M.Sc.



Diketahui oleh

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



Tanggal Ujian: 29 Juli 2024

Tanggal Lulus: 21 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian hingga menyusun skripsi ini. Skripsi ini berjudul “Rancangan Strategi Optimalisasi Konversi Rate pada Penjualan Produk Aqiqah PT Tripta Abyapta Sentosa”.

Terima kasih sebesar-besarnya penulis ucapkan kepada:

1. Ir. Retnaningsih, M.Si. dan Asaduddin Abdullah, B.Sc., M.Sc., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, kritikan, masukan dan semangat yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Okty Shalihati, S.E., MM. selaku dosen seminar serta Fuad Wahdan Muhibuddin, S.Pi., M.M. dan Anggi Mayang Sari, S.Si. M,B.A. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.
3. Dosen, tenaga pendidik dan seluruh staff Sekolah Bisnis IPB yang telah mendidik dan membimbing peneliti selama proses perkuliahan.
4. Bapak Sukadi selaku ayah yang telah memberikan dukungan moril dan motivasi sehingga peneliti memiliki pedoman dalam menjalani hidup
5. Ibu Devi Susilawati selaku ibu, teman dan sahabat yang selalu memberikan cinta dan kasih sayangnya sehingga peneliti memiliki warna di hidup ini
6. Saudara Dinda Khairani Putri selaku saudari peneliti, yang selalu memberikan semangat dan dukungan yang tiada henti sehingga peneliti bersemangat menjalani penelitian ini.
7. Bapak H. Ridwan Herdian selaku CEO PT Tripta Abyapta Sentosa dan Bapak Ardian Septianitra selaku manajer pemasaran yang sudah mengizinkan peneliti melakukan penelitian di perusahaan-nya.
8. Bapak dan Ibu dosen dan staff Sekolah Bisnis IPB University yang sudah memberikan ilmu yang luar biasa.
9. Bapak Krisnaldi dan Kurniawan selaku staff keamanan Sekolah Bisnis IPB University yang selalu memberikan warna dan cerita yang hangat selepas pulang perkuliahan.
10. Teman-teman Sekolah Bisnis IPB Angkatan 57 yang sudah memberikan pengalaman menarik di bangku perkuliahan.
11. Teman-teman dimanapun yang sudah selalu mendukung peneliti dari awal perkuliahan.

Bogor, Agustus 2024

Rafdy Rayhan Maulana



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	6
1.5 Ruang Lingkup	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Strategi Optimalisasi	7
2.2 Minat Beli	7
2.3 Konversi <i>Rate</i>	8
2.4 Faktor yang memengaruhi keputusan pembelian	8
2.5 Kerangka Pemikiran	10
III METODE	11
3.1 Waktu dan Tempat	11
3.2 Jenis, Sumber, dan Cara Pengumpulan Data	11
3.3 Penentuan Responden	11
3.4 Metode Pengolahan dan Analisis Data Analisis Data	12
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	18
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	18
4.2 Karakteristik konsumen PT Tripta Abyapta Sentosa	19
4.3 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian	22
4.4 Rancangan Strategi Optimalisasi Konversi <i>Rate</i>	24
V SIMPULAN DAN SARAN	32
5.1 Simpulan	32
5.2 Saran	32
DAFTAR PUSTAKA	33
LAMPIRAN	35
RIWAYAT HIDUP	51

Hak cipta milik IPB University

DAFTAR TABEL

1	Jumlah penduduk serta populasi muslim di Bogor dan DKI Jakarta	1
2	Jumlah penduduk wanita usia subur Kota Bogor dan DKI Jakarta	2
3	Jumlah penduduk pria dengan usia siap menikah di Bogor dan Jakarta	2
4	Data penjualan aqiqah PT Tripta Abyapta Sentosa tahun 2023	4
5	Variabel dan indikator dalam pengambilan Keputusan	13
6	Skor penilaian tingkat kepentingan dan kinerja	15
7	Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin	19
8	Distribusi responden berdasarkan usia	20
9	Distribusi responden berdasarkan domisili	20
10	Distribusi responden berdasarkan pendidikan terakhir	20
11	Distribusi responden berdasarkan pekerjaan	21
12	Distribusi responden berdasarkan jumlah anggota keluarga	21
13	Distribusi responden berdasarkan pendapatan keluarga	21
14	Distribusi responden berdasarkan pembelian	22
15	Hasil KMO dan MSA	22
16	Hasil analisis signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian	23
17	Nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja	24

DAFTAR GAMBAR

1	Data pertumbuhan hewan aqiqah di Indonesia	3
2	Customer journey di PT Tripta Abyapta Sentosa	5
3	Kerangka Pemikiran	10
4	Matriks IPA	16
5	foto produk aqiqah	18
6	Diagram Kartesius PT Tripta Abyapta Sentosa	25
7	Paket aqiqah nasi kebuli	29

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner terhadap pihak internal perusahaan	36
2	Kuesioner untuk responden	37
3	Hasil Uji Validitas	46
4	Hasil Uji Reliabilitas	49
5	Anti <i>image matrices</i>	49
6	Tabel <i>Communalities</i>	50
7	Tabel <i>Total Variance Explained</i>	50
8	<i>Scree Plot</i>	50
9	<i>Rotated Component</i>	50