

ANALISIS PENGEMBANGAN PASAR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK BARU AYAM PEJANTAN DI PRIMA FRESHMART AHMAD SOBANA

SERLI SELVIA



**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
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.



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN PROYEK AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul “Analisis Pengembangan Pasar terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Baru Ayam Pejantan di Prima Freshmart Ahmad Sobana” 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 laporan akhir ini.

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

Bogor, Juni 2024

Serli Selvia
J0310201134

ABSTRAK

SERLI SELVIA. Analisis Pengembangan Pasar terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Baru Ayam Pejantan di Prima Freshmart Ahmad Sobana. Dibimbing oleh MAYA DEWI DYAH MAHARANI.

Produk ayam pejalan merupakan salah satu produk baru yang tersedia di Prima Freshmart. Keunggulan ayam pejalan memiliki rasa gurih, tekstur empuk, rendah lemak, dan kaya protein. Berdasarkan data penjualan produk ayam pejalan di Prima Freshmart yang belum optimal, dengan sisa stok yang tidak terjual dan kemampuan produk bersaing yang kurang. Tujuan penelitian adalah merumuskan persepsi konsumen terhadap pengembangan pasar, menganalisis pengaruh pengembangan pasar terhadap keputusan pembelian, menerapkan model pengembangan bisnis, dan menganalisis pendapatan setelah implikasi manajerial. Metode yang digunakan adalah SEM-PLS untuk menganalisis hubungan variabel, BMC untuk pengembangan strategi bisnis, dan analisis pendapatan dengan R/C ratio. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *awareness*, *trial*, dan *availability* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Kesadaran dan kepercayaan merek tinggi, namun ketersediaan perlu ditingkatkan. Implementasi *business model canvas* memperbaiki *value proposition*, *channels*, *customer relationship* dan *key activities*. Peningkatan pendapatan terlihat dari R/C ratio yang meningkat dari 0,6 menjadi 1,3 setelah promosi tambahan, menunjukkan produk layak dijalankan dengan R/C ratio > 1.

Kata kunci: ayam pejalan, bmc, pendapatan, persepsi, sem-pls

ABSTRACT

SERLI SELVIA. Market Development Analysis of Purchasing Decisions on New Rooster Products at Prima Freshmart Ahmad Sobana. Supervised by MAYA DEWI DYAH MAHARANI.

Rooster products are one of the new products available at Prima Freshmart. The advantages of rooster are savory taste, tender texture, low fat, and rich in protein. Based on sales data, the sales of rooster products at Prima Freshmart are not optimal, with unsold remaining stock and lack of competitive product ability. The research objectives are to formulate consumer perceptions of market development, analyze the effect of market development on purchasing decisions, implement a business development model, and analyze revenue after managerial implications. The methods used are SEM-PLS to analyze variable relationships, BMC for business strategy development, and revenue analysis with R/C ratio. The results show that awareness, trial, and availability have a significant and positive influence on purchasing decisions. Brand awareness and trust are high, but availability needs to be improved. Implementation of the business model canvas improves value proposition, channels, customer relationships and key activities. Increased revenue can be seen from the R/C ratio which increased from 0.6 to 1.3 after additional promotions, indicating the product is feasible with an R/C ratio > 1.

Keywords: rooster, bmc, income, perception, sem-pls



@Hak cipta milik IPB University

- 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.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB. 13 Pelimpahan hak cipta atas karya tulis dari penelitian kerja sama dengan pihak luar IPB harus didasarkan pada perjanjian kerja sama yang terkait

ANALISIS PENGEMBANGAN PASAR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK BARU AYAM PEJANTAN DI PRIMA FRESHMART AHMAD SOBANA

SERLI SELVIA

Laporan Proyek Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Manajemen Agribisnis

**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Penguji pada ujian Laporan Proyek Akhir: Ir. Hermawan Wana, M.Si.



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.

Judul Proyek Akhir : Analisis Pengembangan Pasar terhadap Keputusan Pembelian
pada Produk Baru Ayam Pejantan di Prima Freshmart Ahmad
Sobana
Nama : Serli Selvia
NIM : J0310201134

Disetujui oleh

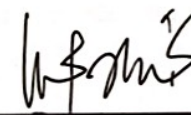
Pembimbing:
Dr. Ir. Maya Dewi Dyah Maharani, M. AP.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si.
NPI. 201811198309142016

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992031003





Tanggal Ujian: 12 Juni 2024

Tanggal Lulus:

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 *subhanaahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Kajian pengembangan bisnis ini merupakan hasil kegiatan magang industri yang dilakukan sejak bulan November 2023 sampai bulan Maret 2024, dengan judul “Analisis Pengembangan Pasar terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Baru Ayam Pejantan di Prima Freshmart Ahmad Sobana”.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Fauzi, (Almrh) Ibu Rosmanidar, kakak, adek, dan keluarga besar penulis yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayang kepada penulis selama penelitian proyek akhir ini. Terima kasih kepada Ibu Dr. Ir. Maya Dewi Dyah Maharani, M. AP selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, serta dukungan yang sangat berharga sepanjang proses penyusunan karya ilmiah ini. Bimbingan dan masukan yang diberikan tidak hanya meningkatkan kualitas karya ilmiah ini tetapi, juga memperkaya pengetahuan dan pengalaman penulis. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing. Selain itu, penghargaan, yang tulus juga penulis sampaikan kepada Bapak Susan Abdilah, A.Md, sebagai pembimbing lapang beserta seluruh karyawan Prima Freshmart Ahmad Sobana yang telah, memberikan bantuan dan dukungan teknis selama pengumpulan data. Ungkapan terima kasih kepada seluruh dosen Program Studi Manajemen Agribisnis Sekolah Vokasi IPB yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Sekolah Vokasi IPB. Penulis juga berterima kasih kepada M. Salim Pratama dan Lauren Atrista selaku teman kelompok praktik magang industri yang telah bekerja sama dengan baik, teman-teman Program Studi Manajemen Agribisnis Angkatan 57 atas kerja sama dan kebersamaan.

Penulis menyadari laporan akhir ini masih terdapat kekurangan, baik dalam penyajian maupun bahasa. Demikian ucapan yang dapat penulis sampaikan, semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Bogor, Juni 2024

Serli Selvia



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.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Pemasaran	4
2.2 Produk Baru	4
2.3 Pengembangan Pasar	5
2.4 Keputusan Pembelian	6
2.5 Ayam Pejantan	7
2.6 Penelitian Terdahulu	7
2.7 Kerangka Pemikiran Operasional	8
III METODE	10
3.1 Lokasi dan Waktu	10
3.2 Teknik Pengumpulan Data	10
3.3 Metode Analisis	12
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	23
4.2 Karakteristik Responden	24
4.3 Persepsi Konsumen	26
4.3 Analisis SEM-PLS	28
4.4 Implikasi Manajerial	33
4.5 Penerapan Pengembangan Bisnis (<i>Business Model Canvas</i>)	34
4.6 Analisis Pendapatan	38
V SIMPULAN DAN SARAN	41
5.1 Simpulan	41
5.2 Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN	45
RIWAYAT HIDUP	57



DAFTAR TABEL

1.1	Rata-rata konsumsi per kapita seminggu ayam ras petelur	1
1.2	Data penjualan produk ayam pejantan 2023-2024 Prima Freshmart	2
2.1	Penelitian terdahulu	8
3.1	Variabel dan indikator penelitian	10
3.2	Skala jawaban	11
3.3	Metode analisis data	12
3.4	Pembobotan dan rentang skala <i>Likert</i>	13
4.1	Persepsi responden terhadap <i>awareness</i>	26
4.2	Persepsi responden terhadap <i>trial</i>	27
4.3	Persepsi responden terhadap <i>availability</i>	27
4.4	Persepsi responden terhadap keputusan pembelian	28
4.5	Hasil nilai AVE	30
4.6	Hasil <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	30
4.7	Hasil <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT)	31
4.8	Hasil <i>composite reliability</i>	31
4.9	Hasil <i>R-square</i>	31
4.10	Hasil <i>Standardized Root Mean Square Residual</i> (SRMR)	32
4.11	Hasil hipotesis pengaruh langsung	33
4.12	<i>Business model canvas channel</i> produk ayam pejantan	35
4.13	<i>Customer segment</i> produk ayam pejantan	37
4.14	Data penerimaan penjualan produk ayam pejantan di Prima Freshmart	39
4.15	Biaya operasional produk ayam pejantan sebelum dan sesudah pengembangan	39
4.16	Analisis laba rugi produk ayam pejantan sebelum dan sesudah pengembangan	40
4.17	Analisis <i>R/C ratio</i> produk ayam pejantan sebelum dan sesudah pengembangan	40



DAFTAR GAMBAR

2. 1	Alur kerangka pemikiran operasional	9
3. 1	Model penelitian	15
3. 2	Sembilan blok <i>business model canvas</i>	17
4. 1	Struktur organisasi Prima Freshmart	23
4. 2	Hasil uji <i>loading factor</i>	29
4.11	Hasil <i>bootstrapping</i>	32

DAFTAR LAMPIRAN

1	Dokumentasi penelitian	46
2	Kuesioner penelitian	47
3	Hasil <i>loading factor</i>	51
4	Brosur produk ayam pejantan	52
5	<i>Business model canvas</i> produk ayam pejantan	53
6	Biaya investasi produk ayam pejantan sebelum pengembangan	54
7	Biaya investasi produk ayam pejantan setelah pengembangan	54
8	Biaya tetap produk ayam pejantan sebelum pengembangan	55
9	Biaya tetap produk ayam pejantan setelah pengembangan	55
10	Biaya variabel produk ayam pejantan sebelum pengembangan	56
11	Biaya variabel produk ayam pejantan setelah pengembangan	56

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.