

LAPORAN KERJA PRAKTEK
PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK
KERIPIK SANJAI SUKARASA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
MENGGUNAKAN METODE STP DAN 4P
(STUDI KASUS - WIRUSAHA MERDEKA
UNIVERSITAS CIPUTRA)



Disusun Oleh :

Salas Maulidan Rahma Sakti

200601147

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK

2022

LAPORAN KERJA PRAKTEK
PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK
KERIPIK SANJAI SUKARASA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
MENGGUNAKAN METODE STP DAN 4P
(STUDI KASUS - WIRAUUSAHA MERDEKA
UNIVERSITAS CIPUTRA)



Disusun Oleh :

Salas Maulidan Rahma Sakti

200601147

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK

2022

LEMBAR PERSETUJUAN
PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK
KERIPIK SANJAI SUKARASA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN
METODE STP DAN 4P
(STUDI KASUS – WIRUSAHA MERDEKA
UNIVERSITAS CIPUTRA)

Disusun Oleh :


Nama : Salas Maulidan Rahma Sakti

NIM : 200601147

Menyetujui,
Mentor

Menyetujui,
Dosen Pembimbing


Dr. Ir. Liliana Dewi,
M.M.CFP


Hidayat, S.T., M.Eng
NIP : 06112002348

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Akhmad Wasiur Rizqi, S.T., M.T
NIP : 06111809221

LEMBAR PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada Tanggal : 21 Juni 2023

Dengan Nilai : 80

Dosen Penguji

Akhmad Wasiur Rizqi, S.T., M.T

NIP : 06111809221

Mengetahui,
Dekan Fakultas Teknik

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
GRESIK

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Harunur Rosyid, S. T., M.Kom

NIP : 06210408106

Akhmad Wasiur Rizqi, S.T., M.T

NIP : 06111809221

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya kepada kita semua, sehingga dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktek di Program Wirausaha Merdeka Universitas Ciputra dengan judul “Penerapan Strategi Pemasaran Produk Keripik Sanjai Sukarasa Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode STP dan 4P (Studi Kasus – Wirausaha Merdeka Universitas Ciputra)”.

Dalam penyusunan Laporan Kerja Praktek ini, penyusun menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, laporan ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini kami ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan rezekinya baik berupa jasmani maupun rohani, sehingga bisa mengerjakan laporan ini dengan keadaan sehat.
2. Kedua orang tua yang telah memberikan do'a dan dukungan kepada kami selama melaksanakan kerja praktek.

3. Bapak Harunur Rosyid, S.T., M.Kom. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Gresik.
4. Bapak Akhmad Wasiur Rizqi, S.T., M.T. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Gresik.
5. Bapak Hidayat, S.T.,M.Eng selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan serta arahan untuk melakukan kerja praktek.
6. Mentor Universitas Ciputra yang telah memberikan fasilitas dan arahan selama Program Wirausaha Merdeka Uniersitas Ciputra.
7. Rekan – Rekan Program Wirausaha Merdeka dan C Pagi yang telah membantu dalam penyusunan laporan kerja praktek. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal atas semua jasa-jasa, kebaikan serta bantuan yang telah diberikan kepada penyusun.

Penyusun menyadari bahwa penulisan laporan Kerja Praktek ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penyusun mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun dalam pembuatan laporan ini menjadi lebih baik lagi. Akhir kata semoga

laporan Kerja Praktek ini dapat memberi manfaat kepada penyusun pada khususnya dan kepada pembaca pada umumnya. dan kepada pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Gresik, 4 Januari 2023
Penulis,

Salas Maulidan Rahma Sakti



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Kerja Praktek	1
1.3 Sistematika Penyusunan Laporan.....	3
BAB II.....	5
2.1 Profil Program Wirausaha Merdeka.....	5
2.2 Profil Bisnis.....	8
2.3 Visi dan Misi Bisnis.....	8
2.3.1 Visi Bisnis.....	8
2.3.2 Misi Bisnis.....	9
2.4 Sasaran Bisnis	11
2.5 Desain Produk.....	11
2.6 Macam – Macam Produk	14
2.7 Peta Proses Produksi	16
BAB III.....	18
3.1 Latar Belakang	18
3.2 Rumusan Masalah	21

3.3 Tujuan Penelitian	21
3.4 Manfaat Penelitian.....	22
3.5 Batasan Masalah.....	22
3.6 Skenario Penyelesaian.....	23
BAB IV	30
4.1 Manajemen Pemasaran.....	30
4.2 Fungsi dan Konsep Pemasaran.....	31
4.3 Metode Segmentation, Targeting, dan Positioning (STP)	36
4.4 Bauran Pemasaran 4 P (<i>Product, Place, Price, Promotion</i>)	39
BAB V.....	42
5.1 Pengumpulan Data	42
5.1.1 Hasil Pemilihan Responden	44
5.2 Strategi STP (<i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i>) Pada Bisnis Sanjaiku.....	48
5.2.1 Pengolahan Data Strategi STP	54
5.2.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	59
5.3 Perencanaan Konsep Pemasaran 4P (<i>Product, Place, Price, Promotion</i>).....	64
BAB VI	66
6.1 Kesimpulan	66
6.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	70
Lampiran Jadwal Kegiatan.....	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Program	5
Gambar 2. 2 Logo Bisnis.....	5
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi	9
Gambar 2. 4 Keripik Sanjai Sukarasa (bumbu Campur) 15	
Gambar 2. 5 Keripik Sanjai Sukarasa (bumbu pisah) ...	15
Gambar 2. 6 Peta Proses Produksi.....	16
Gambar 3. 1 Grafik Data Penurunan Konsumen	19
Gambar 3. 2 Flowchart Penyelesaian.....	21
Gambar 5. 1 Pemilihan Segmen Kelas Ekonomi	47
Gambar 5. 2 Pemilihan Segmen Jenis Kelamin	47
Gambar 5. 3 Pemilihan Segmen Domisili	48
Gambar 5. 4 Pemilihan Segmen Gaya Hidup.....	48
Gambar 5. 5 Pemilihan Segmen Hobi	49
Gambar 5. 6 Pemilihan Segmen Kebiasaan	49
Mengonsumsi Cemilan.....	49

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Bahan Baku	12
Tabel 2. 2 Bahan Penunjang	12
Tabel 2. 3 Proses Produksi	15
Tabel 5. 1 Pemilihan Kriteria Segmentasi	44
Tabel 5. 2 Kriteria Segmentasi	47
Tabel 5. 3 Target Pasar	51
Tabel 5. 4 Posisi Usaha	53
Tabel 5. 5 Minat Beli atau Kepuasan Konsumen	54
Tabel 5. 6 Kuesioner <i>Segmenting</i>	57
Tabel 5. 7 Kuesioner <i>Targeting</i>	58
Tabel 5. 8 Kuesioner <i>Positioning</i>	59
Tabel 5. 9 Kuesioner Minat Beli atau Kepuasan Konsumen	60
Tabel 5. 10 Uji Validitas <i>Segmenting</i>	61
Tabel 5. 11 Uji Reliabilitas <i>Segmenting</i>	61
Tabel 5. 12 Uji Validitas <i>Targeting</i>	62
Tabel 5. 13 Uji Reliabilitas <i>Targeting</i>	63
Tabel 5. 14 Uji Validitas <i>Positioning</i>	63

Tabel 5. 15 Uji Reliabilitas <i>Positioning</i>	64
Tabel 5. 17 Uji Validitas Minat Beli atau Kepuasan Konsumen.....	65
Tabel 5. 18 Uji Reliabilitas Minat Beli atau Kepuasan Konsumen.....	65

