

**ANALISA STRATEGI POSITIONING PT.NEW HOPE INDONESIA
DILIHAT DARI ASPEK PEMASARAN**

SKRIPSI

Program Studi Teknik Industri

Nama : RUSMONO,M

NIM : 416061200054



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2008

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Rusmono Mondrokumoro

NIM : 41606120054

Jurusan : Teknik Industri

Fakultas : Teknologi Industri

Judul Skripsi : Analisa Strategi Positioning PT.New Hope Indonesia Dilihat Dari
Aspek Pemasaran.

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya terkecuali yang telah disebutkan sumbernya.

Jakarta, 15 September 2008

Penulis

LEMBAR PERSETUJUAN

LAPORAN TUGAS AKHIR

**ANALISA STRATEGI POSITIONING PT. NEW HOPE INDONESIA
DILIHAT DARI ASPEK PEMASARAN**

Jakarta, 15 September 2008

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Tugas Akhir

Ir. Herry Agung Prabowo, Msc

LEMBAR PENGESAHAN

LAPORAN TUGAS AKHIR

**ANALISA STRATEGI POSITIONING PT. NEW HOPE INDONESIA
DILIHAT DARI ASPEK PEMASARAN**

Jakarta, 15 September 2008

Telah Disyahkan Oleh:

Koordinator Tugas Akhir/Ketua Program Studi

Ir. Muhammad Kholil, MT

UNIVERSITAS MERCUBUANA

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI

Rusmono Mondrokumoro

ANALISA STRATEGI POSITIONING PT.NEW HOPE INDONESIA DILIHAT DARI
ASPEK PEMASARAN.

ABSTRAK

Perkembangan sektor agribisnis khususnya sektor perunggasan Indonesia cukup pesat, salah satunya dari tahun ke tahun mengalami pertumbuhan investasi modal asing di Indonesia. Seperti halnya PT. New Hope Indonesia yang merupakan perusahaan asing bergerak dibidang industri pakan ternak unggas telah ikut berpartisipasi untuk mencapai target pertumbuhan pakan ternak unggas di Indonesia yang masih dibawah negara-negara lain yakni sekitar 7 juta ton per tahun.

PT.New Hope Indonesia selain ikut meramaikan tingkat persaingan industri pakan ternak juga merupakan perusahaan industri pakan ternak unggas satu-satunya yang berasal dari negeri china dibawah New Hope Group.

Ramainya tingkat persaingan menjadikan PT.New Hope Indonesia sebagai pendatang baru harus bersiap merancang strategi yang efektif agar supaya dapat diterima di kalangan calon konsumen yang telah lama mengingat dan mengenal baik merek produk dari perusahaan-perusahaan yang terlebih dahulu berada di Indonesia seperti PT.Chareon Pokphand Indonesia.

Penelitian penulis tentang strategi positioning PT.New Hope Indonesia diatas dilaksanakan pada bulan agustus 2008. Dan lokasi penelitian langsung di PT.New Hope Indonesia dengan Guide Depth Interview atau wawancara secara terpimpin dan mendalam langsung dengan nara sumber sebagai metode penelitiannya.

Hasil dari penelitian tersebut diatas bahwa, strategi positioning yang dilakukan PT.New Hope Indonesia telah mengantarkan keberhasilan perusahaan untuk dapat sejajar dengan perusahaan-perusahaan pesaing terutama PT.Chareon Pokphand Indonesia yang menjadi referensi agar secara positioning merek produk perusahaan dapat diterima dengan baik di konsumen atau peternak seperti halnya merek produk dari perusahaan-perusahaan yang lainnya.

Kata kunci: agribisnis, investor, positioning, Guide Depth Interview, metodologi.

UNIVERSITAS MERCU BUANA
INDUSTRIAL ENGINEERING FACULTY
INDUSTRIAL ENGINEERING PROGRAM

Rusmono Mondrokumoro

ANALYSIS THE STRATEGY POSITIONING OF PT.NEW HOPE INDONESIA
BASED ON MARKETING SCOPE

ABSTRACT

The growth of agribusiness sector, specially for poultry sector in Indonesia is enough fast. This one year's to year's poultry sector to growth up about investor from foreign in Indonesia. Like as New Hope Indonesia Company, is one of foreign company is moved in poultry feedmill industries has participated for get growth feedmill capacity in Indonesia, because is still under growth other's countries in the world about 7 million ton per year's.

New Hope Indonesia company, has participated for high competitive in the poultry feedmill. New Hope Indonesia company come from china and is one of New Hope Group Branch.

With high competitive, New Hope Indonesia Company as new player in Indonesia must ready to make a effective good strategy, in order to the brand of product company can to know with good in customer's like as customer know brand of product Charoen Pokphand Indonesia is long time exist in Indonesia.

The strategy positioning of New Hope Indonesia Company in above to doing at 2008, august. And location it's in New Hope Indonesia with Guide Depth Interview as methodology research.

The result of analysis strategy positioning New Hope Indonesia is the company success for can same or one level with brand of product from the competitor company is Charoen Pokphand Indonesia and other's competitor. So, the company success for to sure and communication the brand of product in mind customer's.

Key Word's: Agribisnis, Investor, Positioning, Guide Depth Interview, methodology.

RIWAYAT HIDUP PENULIS

- Nama : Rusmono Mondrokumoro
- Tempat, Tanggal Lahir : Banyumas, 25 Agustus 2008
- Alamat : Jl.Gatot Subroto Km 5 Rt 04/02 Kel. Jatiuwung Kec. Cibodas,
Tangerang.
- Pendidikan
1. SD : SDN IV Tipar Kidul Kec. Ajibarang, Banyumas (1988-1994)
 2. SMP : SMPN 1 Ajibarang, Banyumas (1994-1997)
 3. SMU : SMU Ma'arif NU 1 Ajibarang, Banyumas (1997-2000)
 4. D3 : Agribisnis (Budi Daya Peternakan) UNSOED, Purwokerto,
Banyumas (2000-2003)
 5. S1 : S1 Fakultas Teknologi Industri, Jurusan Teknik Industri
Universitas Mercu Buana (2007-2008).

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT., berkat limpahan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya serta nikmat yang tidak terhitung nilainya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Latar belakang penulisan ini adalah sebagai salah satu upaya untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan strata satu (S-1) guna mendapatkan gelar kesarjanaan pada Fakultas Teknik Industri Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari banyak pihak, skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada:

1. Kedua orang tua dan kakak saya, yang selama ini telah memberikan dukungan moral maupun materiil selama ini, sehingga membuat saya tetap tegar menjalani kerja dan kuliah hingga mendapatkan gelar kesarjanaan.
2. Bapak Ir. M. Kholil, MT., selaku Ketua Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri Universitas Mercubuana.
3. Bapak Ir. Hery Agung Prabowo, Msc, selaku pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan motivasi dan masukan-masukanya kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak Ir. Tumenggung Edi Wibowo, MM, yang telah memberikan motivasinya untuk tetap sabar dan tegar dalam menjalani program kuliah hingga mendapatkan gelar kesarjanaan
5. Seluruh dosen Jurusan Teknik Industri Universitas Mercubuana, yang telah banyak memberikan dedikasinya kepada penulis.

6. Seluruh jajaran dan staff Universitas Mercubuana, yang telah memberikan sumbangsinya demi kelancaran proses hingga selesainya proses skripsi ini.
7. Mr.Bai Li Bo dan Bapak Imam Suryatno selaku Marketing Manager dan Sales Area Manager yang telah banyak membantu dalam bersedia untuk dilakukan interview dan memberikan data-datanya demi kelancaran proses hingga selesainya proses skripsi ini.
8. Seluruh rekan kerja yang telah membantu dalam berbagai hal, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. To My Beloved "Asry Purnamasari and Keluarga yang telah setia memberikan dukungan dan motivasi hingga terselesainya skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman Fakultas Teknik Industri Kelas Karyawan angkatan X.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, penulis sangat menngharapkan saran dan kritiknya dari pembaca yang budiman demi perbaikan skripsi dimasa mendatang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 15 September 2008

Penulis

DAFTAR ISI

Judul.....	i
Lembar Pernyataan	ii
Lembar Persetujuan	iii
Lembar Pengesahan	iv
Abstrak	v
Riwayat Hidup Penulis.....	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi.....	x
Daftar Gambar	xiii
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Pembatasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Metode Pengumpulan Data.....	6
BAB II DASAR TEORI	
2.1 Awal Mula Positioning.....	9
2.2 Strategi Positioning	14
2.3 Persepsi Tentang Positioning.....	27
2.3.1 Positioning Sebagai Proses Komunikasi	28

2.3.2	Posisioning Sebagai Proses Pemasaran	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Tipe Atau Sifat Penelitian.....	32
3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.3	Teknik Nara Sumber Atau Key Information	34
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA		
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	35
4.2	Hasil Produksi	37
4.3	Struktur Organisasi PT.New Hope Indonesia.....	39
4.4	Segmentasi Pasar Sasaran PT.New Hope Indonesia	47
4.4.1	Berdasarkan Geografis	47
4.4.2	Berdasarkan Wilayah	47
4.5	Target Pasar Sasaran PT.New Hope Indonesia.....	48
4.6	Posisioning Merek Produk PT.New Hope Indonesia	49
BAB V ANALISA		
5.1	Analisa Proses Posisioning	53
5.1.1	Analisa Segmentasi Pasar PT.New Hope Indonesia.....	53
5.1.2	Analisa Target Pasar Sasaran PT.New Hope Indonesia	57
5.2	Analisa Strategi Posisioning	61
5.2.1	Pelaksanaan Proses Posisioning PT.New Hope Indonesia	68
5.3	Posisioning PT.New Hope Indonesia	77
5.4	Kelemahan Dan Keterbatasan	88

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	89
6.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kriteria Segmentasi	15
Gambar 5.1 Flow Chart Proses Positioning PT.New Hope Indonesia	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Pomposisian Merek Produk PT.New Hope Indonesia	50
Tabel 5.3.1 Tabel Urutan Perusahaan Pakan Ternak.....	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Brosur Perusahaan

LAMPIRAN