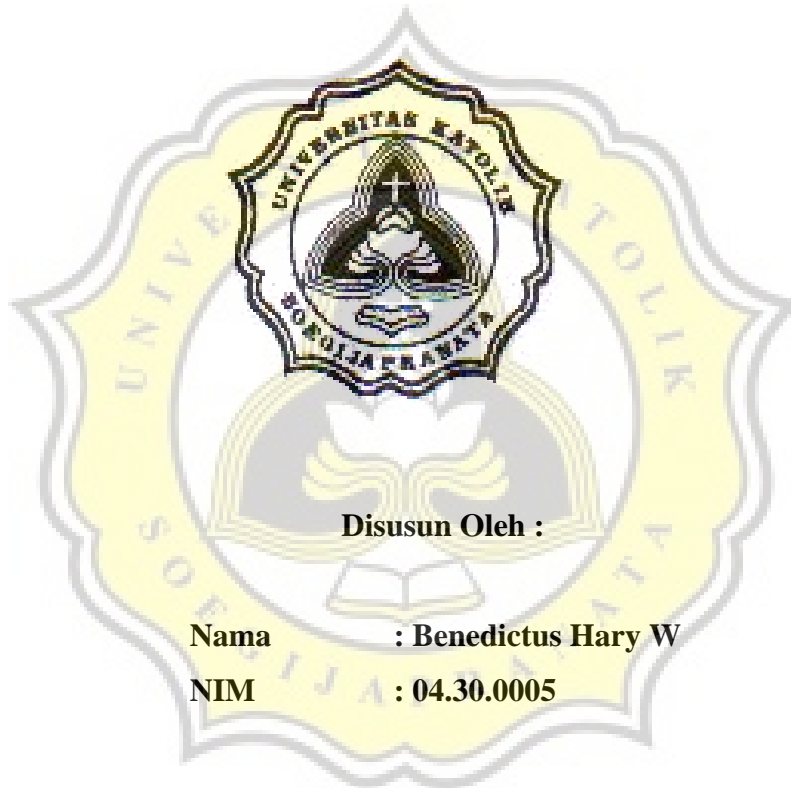


**DIFERENSIASI PRODUK DAN STRATEGI PEMASARAN  
PADA CV. REJEKI AGUNG SEMARANG  
(Studi Kasus Pada CV. Rejeki Agung Semarang)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memenuhi Persyaratan  
Mencapai Gelar Kesarjanaan S1 Pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang**



**Disusun Oleh :**

**Nama : Benedictus Hary W**

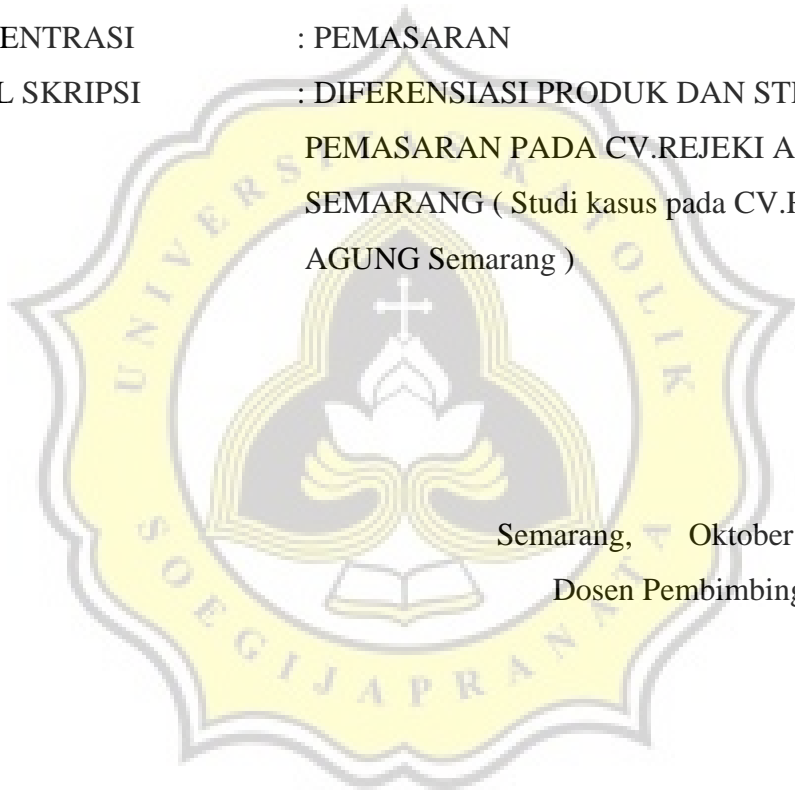
**NIM : 04.30.0005**

**FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2008**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA PENYUSUN : BENEDICTUS HARY WARDHANTO  
NIM : 04.30.0005  
FAKULTAS : EKONOMI  
JURUSAN : MANAJEMEN  
KONSENTRASI : PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : DIFERENSIASI PRODUK DAN STRATEGI  
PEMASARAN PADA CV.REJEKI AGUNG  
SEMARANG ( Studi kasus pada CV.REJEKI  
AGUNG Semarang )



Semarang, Oktober 2008  
Dosen Pembimbing

( A.Ratna Wulandari, SE. MSI )

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : “ DIFERENSIASI PRODUK DAN STRATEGI  
PEMASARAN PADA CV.REJEKI AGUNG SEMARANG”

Disusun Oleh

Nama : Benedictus Hary Wardhanto

NIM : 04.30.0005

Program Studi : Ekonomi Manajemen

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan dewan penguji dalam sidang yang

Diselenggarakan pada : 4 Desember 2008

Semarang, Desember 2008

Koordinator Penguji

Tim Penguji

Anggota

Anggota

(Berta Berti Retnowati,SE,MSi ) (MG.Westri Kekalih,SE,MSi) (A.Ratna Wulandari,SE,MSi )

DEKAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

(Dr. Andreas Lako, SE,MSi Akt.)

## ABSTRAKSI

Pertumbuhan ekonomi yang relatif tinggi dan perubahan lingkungan yang cepat seperti yang terjadi di Indonesia, menyebabkan perusahaan harus secara terus-menerus memantau pasar dan menyesuaikan diri terhadap perubahan pasar. Di lain pihak, persaingan yang semakin ketat, baik di pasar domestik, mengharuskan perusahaan mempunyai strategi pemasaran yang tepat, khususnya menyangkut dimana perusahaan harus bersaing, kapan harus bersaing atau tidak bersaing, dalam rangka mendapatkan keunggulan bersaing, dan untuk memenangkan persaingan. Pasar dengan intensitas persaingannya yang tinggi menuntut CV Rejeki Agung untuk melakukan diferensiasi produk dan melakukan strategi pemasaran yang baik mengingat banyak pesaing yang menawarkan produk sejenis Berdasarkan hal tersebut maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian **"DIFERENSIASI PRODUK DAN STRATEGI PEMASARAN PADA CV. REJEKI AGUNG SEMARANG"**.

Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan di wilayah Semarang yang meliputi karyawan bagian pemasaran, teknisi dna produksi yang berjumlah 20 orang. Juga konsumen untuk wilayah Semarang yang berjumlah 10 orang.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan: (1) Diferensiasi produk yang dilakukan oleh CV. Rejeki Agung di Wilayah Semarang adalah sebagai berikut: (a) Bentuk produk: tampilan fisik, tampilan luar dari timbangan CV. Rejeki Agung telah dapat memenuhi harapan konsumen sehingga mereka menyatakan bentuk produknya sudah sesuai dengan keinginan konsumen. (b) Keistimewaan produk: fitur timbangan: tidak hanya dapat digunakan menimbang tetapi dapat juga untuk menghitung jumlah dari benda yang ditimbang (*Counting*), juga dapat digunakan untuk menghitung harga (*Price Computing*), dapat digunakan untuk menghitung berat maximum-minimum (*Check Weighing*) sehingga di mata konsumen sangat istimewa. (c) Mutu kinerja: mendapatkan tanggapan terendah daripada item lainnya, maka kecepatan timbangan menunjukkan angka nol setelah digunakan masih harus ditingkatkan. (d) Kesesuaian mutu dengan harga: karena memiliki berbagai keistimewaan dan mutunya baik, maka harga timbangan CV. Rejeki Agung dapat dikatakan sesuai dengan mutunya. (e) Daya tahan: daya tahan khususnya untuk penggunaan normal baik dalam jangka panjang. (f) Keandalan: memiliki tingkat akurasi yang tinggi sehingga memenuhi keinginan konsumen. (g) Kemudahan diperbaiki: timbangan produk CV. Rejeki Agung mudah diperbaiki jika terjadi kerusakan dibandingkan dengan produk timbangan lain di pasaran. (h) Kapasitas: tiap seri timbangan (*cattle scale, fish scale, truck scale, balance series, platform scale, counting, price computing scale*) kapasitasnya cukup besar dibandingkan timbangan lain sejenis di pasaran; (2) Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh CV Rejeki Agung di Wilayah Semarang adalah sebagai berikut: (a) Produk: menggunakan keunggulan diferensiasi yang dimiliki dalam hal bentuk produk, keistimewaan produk, mutu kinerja, daya tahan, keandalan, kemudahan diperbaiki dan kapasitas untuk menjalankan strategi pemasarannya. (b) Harga: termasuk sangat mahal menurut konsumen. (c) Promosi: promosi dilakukan cukup menarik saja oleh pihak perusahaan. (d) Distribusi: dilakukan dengan sangat cepat kepada konsumen.

## MOTTO

- Memulai suatu pekerjaan itu sulit, sebab memerlukan modal, kecakapan, dan kesungguhan hati, tetapi terlebih sulit lagi adalah menyelesaikan pekerjaan yang sudah dikerjakan, sebab memerlukan kesabaran, ketekunan, dan kesungguhan hati.
- Di dalam kelemahanku disitu Kuasa Allah akan bekerja sempurna, ( 2 korintus 12:91 )



## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus, yang telah membimbing dan memberkati sehingga penulis boleh menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti diliputi luapan perasaan gembira, bahagia dan bangga, karena telah berhasil menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini untuk memenuhi persyaratan akademika yang diperlukan dalam menyelesaikan program Strata Satu ( S1 ) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Katholik Soegijapranata ( UNIKA ) Semarang. Adapun judul Skripsi ini adalah “ ANALISIS DIFERENSIASI PRODUK DAN STRATEGI PEMASARAN PADA CV.REJEKI AGUNG SEMARANG “

Selama penelitian ini peneliti banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, untuk itu sudah sepantasnya pula apabila pada kesempatan baik ini peneliti mengucapkan banyak terima kasih yang setulusnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan semangat, doa, masukan, waktu, serta keterlibatannya terutama kepada yang terhormat :

1. Bapak Andreas Lako, SE, MSi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katholik Soegijapranata ( UNIKA ) Semarang;
2. Ibu A.Ratna Wulandari SE, MSi selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia membimbing dengan penuh kesabaran dan memberikan nasehat yang bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini;
3. Bapak C.Sri Haryono, selaku pimpinan CV.Rejeki Agung Semarang yang telah memberikan ijin kepada peneliti untuk melakukan penelitian di CV.Rejeki Agung Semarang
4. Ibu Yulia, Mas Anton dan mbak Ning yang telah membantu peneliti dalam mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan
5. Papa dan Mama atas semangat, doa, dan materi dalam penyelesaian skripsi ini
6. Sahabat-sahabatku Hari, Donald, Mbak Erma, Mas Manto yang banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini

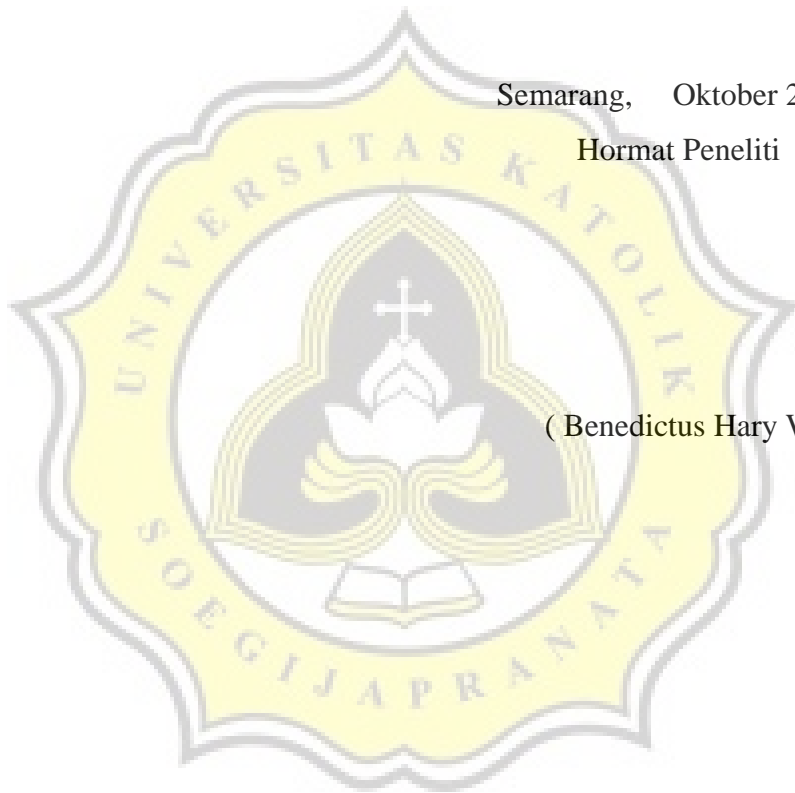
7. Hanna Tasya yang telah banyak memberikan dorongan moril kepada penulis dari awal samapi akhir terselesaikannya skripsi ini.

Akhirnya peneliti kembali kepada Allah, Tuhan Yang maha Pengasih dan Penyayang sebab dengan berkat-Nya sajalah semua ini dapat terwujud. Biarlah skripsi ini bermanfaat bagi peneliti dan almamater sesuai dengan apa yang peneliti harapkan.

Semarang, Oktober 2008

Hormat Peneliti

( Benedictus Hary W )



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAKSI .....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Pemasaran .....	5
2.2 Kinerja Pemasaran .....	35
2.3 Kerangka Pemikiran .....	37
2.4 Definisi Operasional .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian .....	40
3.2 Populasi dan Sampel.....	40
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	43



3.4 Teknik Analisis Data .....	43
<b>BAB IV ANALISIS DATA</b>	
4.1 Gambaran Umum Karyawan .....	45
4.2 Hasil Analisis.....	47
4.3 Implikasi Manajerial.....	69
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	72
B. Saran .....	74
Daftar Pustaka	
Lampiran	

