

**PENGARUH *CUSTOMER SEGMENT, VALUE PROPORTION* DAN *CHANNELS*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS PADA UD SEHAT SEJAHTERA BERSAMA JEMBER)**

Verawati, Toni Herlambang, Haris Hermawan
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember
Verawijaya773@gmail.com

ABSTRACT

Soy milk with plastic package have a potential to be a small business that can be run by seller with small financial. Nowadays, the interest of *soy milk* are quite high and there are still no complaints from consumers about the plastic package. The purpose of this study is to analyze the effect of *customer segments, value propotion, channels*. This research uses descriptive quantitative research design with explanatory. The population of this study consist of 127 consumers of UD Sehat Sejahtera Bersama Jember/mounth. The sample used 60 respondents, using *non-probability sampling* technique with *accidental sampling* approach. Using analyze equipment with multiple linear regression analysis with SPSS software version 21. The results of the test can be known variables *T customer segments, value propotion, channels* have significant effect with purchasing decisions.

Keywords: *Business Model Canvas, Soy Milk, Purchasing Decisions.*

ABSTRAK

Usaha susu kedelai kemasan plastic berpotensi sebagai usaha kecil yang dapat dilakukan oleh pedagang dengan modal kecil. Pada saat ini minat terhadap minuman susu kedelai cukup tinggi dan belum ada keluhan dari konsumen susu kedelai kemasan plastik. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *customer segmen, value propotion, channels*. Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. populasi dalam penelitian ini sebanyak 127 konsumen UD Sehat Sejahtera Bersama Jember/bulan. Sampel yang digunakan sebanyak 60 responden, menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *accidental sampling*. Alat analisis menggunakan regresi liner berganda dengan software SPSS versi 21. Dari hasil uji T dapat diketahui variabel *customer segmen, value propotion, channels*, berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Business Model Canvas, Susu Kedelai, keputusan pembelian.*

PENDAHULUAN

UMKM pertama kali oleh Rudjito (2003) mengemukakan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah usaha yang memiliki peran yang penting dalam perekonomian Indonesia, baik ditinjau dari segi jumlah usaha maupun dari segi penciptaan lapangan kerja. UMKM dalam membantu negara/pemerintah dalam hal penciptaan lapangan kerja baru dan lewat UMKM juga banyak tercipta unit-unit kerja baru yang menggunakan tenaga-tenaga baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga.

Menurut David (2009) perumusan strategi adalah sebuah taktik permainan sebuah perusahaan, perumusan strategi mencakup pengembangan visi dan misi, identifikasi peluang dan ancaman eksternal suatu organisasi, kesadaran akan kekuatan dan kelemahan internal, penetapan tujuan jangka panjang, pencarian strategi alternatif, dan pemilihan strategi tertentu untuk mencapainya. Penerapan dan implementasi model bisnis yang tepat dalam suatu perusahaan dapat memberikan beberapa manfaat utama yang dapat meningkatkan laba serta daya saing perusahaan yang bersangkutan, dengan melakukan perbaikan dan perubahan terhadap model bisnis yang tepat perusahaan dapat meningkatkan labanya melalui lini-bisnis dan ide-ide baru yang dapat menjadi pemasukan laba bagi perusahaan. Hal penting lainnya yang perlu diperhatikan adalah masalah pasar.

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2012) mengatakan bahwa model bisnis dapat dijelaskan dengan sangat baik melalui sembilan balok bangun dasar yang memperlihatkan cara berfikir tentang bagaimana cara perusahaan menghasilkan uang.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran

Menurut Swasta (2003) menjelaskan bahwa pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli maupun pembeli potensial. Menurut Kotler dan Keller (2010). Pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain. Manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul Kotler dan Keller (2010).

2. Pengertian Manajemen Strategik

David (2009) mengatakan manajemen strategik dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Menurut Solihin (2009) manajemen strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dengan tujuan utama pembuatan strategi melalui proses manajemen strategi dari perusahaan.

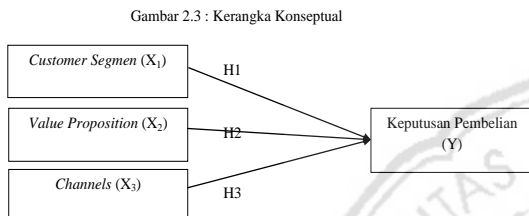
3. Perilaku Konsumen

Kotler dan Keller (2007) menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan

dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Keputusan konsumen menurut Kotler (2010) bahwa keputusan untuk membeli yang diambil oleh pembeli sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan.

4. Kerangka Konseptual

Untuk lebih jelasnya tentang kerangka konseptual yang membentuk penelitian ini akan disajikan kerangka konseptual sebagai berikut :



Gambar 2.3 Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif merupakan metode analisis dengan angka- angka yang dapat dihitung maupun diukur Sugiyono (2010). Analisis kuantitatif ini dimaksudkan untuk memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dan perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya dengan menggunakan alat analisis statistik.

2. Jenis Dan Sumber Data

Data yang dianalisis adalah data yang diperoleh melalui wawancara dan penyebaran kuisioner kepada staff dan konsumen UD Sehat Sejahtera Bersama Jember. Selain itu, dibutuhkan pula data sekunder dalam penelitian ini berupa sejarah singkat UD Sehat Sejahtera Bersama, struktur organisasi dan job description UD Sehat Sejahtera Bersamadan beberapa data

pembandingan yang berasal dari skripsi terdahulusepertibuku-buku dan majalah yang berkaitan dengan penelitian ini, serta berbagai informasi yang diperoleh dari internet.

3. Populasi Dan Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2010) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen UD Sehat Sejahtera Bersama Jember.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2010). Penelitian ini menetapkan jumlah sampel sebanyak 60 responden dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *accidental sampling*.Jumlahnya ditentukan berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin dalam (Sevillaet.al, 2007) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah konsumen UD Sehat Sejahtera Bersama atau jumlah pengunjung dalam observasi sebanyak 127 dari 137, dan tingkat kesalahan yang dikehendaki adalah 10 %, maka jumlah sampel yang digunakana adalah

$$\frac{137}{1 + 127(0,1)^2} = 60$$

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 60 responden.

4. Tehnik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Kuesioner. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi sperangkat pertanyaan atau

pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya Sugiyono (2010). Kuesioner dibuat dengan menggunakan pertanyaan untuk mendapatkan informasi yang bermanfaat yang mendukung teori dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Dengan melakukan penyebaran kuesioner untuk mengaku persepsi responden digunakan skala likert (Freddy:1997). Pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan skala 1-5 untuk mewakili pendapat dari responden. Nilai untuk skala tersebut adalah:

- a. Sangat Setuju : 5
- b. Setuju : 4
- c. Kurang setuju : Netral
- d. Tidak setuju : 2
- e. Sangat tidak setuju : 1

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sejarah UD Sehat Sejahtera Bersama Jember

Industri susu kedelai adalah pabrik yang bergerak dibidang produksi pangan yang memproduksi susu kedelai. Industri ini telah mendapatkan izin dari badan pengawasan obat dan makanan (POM) yang diatur dalam undang-undang sebagai syarat pendirian industri dibidang pangan. Lokasinya berada di Perumahan Mastrip Block CC8 Kota Jember. Industri ini telah berdiri ± selama 9 tahun sejak tahun 2010 dengan karyawannya saat ini berjumlah 28 orang. 5 orang dibidang produksi, 20 orang dibidang packcaing dan 3 orang dibagian mengantar atau sebagai supir yang dibagi sesuai bagiannya masing-masing.

2. Metode Analisis Data

a. Uji Validitas

Dari hasil uji validitas dapat diketahui bahwa seluruh variable dari *business model canvas* menunjukkan bahwa korelasi antara masing-masing indikator terhadap total skor memiliki nilai signifikan $< 0,05$ sehingga

dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa nilai α Cronbach's Alpha yakni 0,820, 0,715, 0,761 $> 0,60$ sehinggadepandari variable *business model canvas* tersebut layak digunakan sebagai alat ukur, dan kuesioner dinyatakan handal atau reliable. Sedangkan satu dari variable ini tidak reliable dan dinyatakan belum handal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan dari hasil pembahasan pada bab sebelumnya yang menggunakan IBM SPSS Versi 21 dapat diambil beberapa kesimpulan, diantaranya:

1. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan bahwa variable *customer segmen* (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). hal ini berarti, *customer segmen* mampu menjadi penentu dasar dalam menentukan segmen pelanggan dalam sebuah usaha pada UD Sehat Sejahtera Bersama Jember.
2. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan bahwa variable *value propotion* (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). hal ini berarti, *value propotion* mampu menjadi penentu dasar untuk mengetahui masalah yang sedang dihadapi usaha dan menawarkan nilai tambah terhadap produk atau jasa yang ditawarkan dalam sebuah usaha pada UD Sehat Sejahtera Bersama Jember.
3. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan bahwa variable *channels* (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). hal ini berarti, *channels* mampu menjadi

penentu dasar untuk mengetahui tempat penyaluran produk atau jasa yang ditawarkan dalam sebuah usaha pada UD Sehat Sejahtera Bersama Jember.

Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan yang dipaparkan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan peneliti terhadap perusahaan adalah sebagai berikut:

A. Bagi UD Sehat Sejahtera Bersama Jember

1. Diharapkan perusahaan dapat mempertahankan pelanggan yang sudah menjadi sasaran utama dalam usaha susu kedelai dan memperhatikan beberapa pelanggan untuk dapat menarik konsumen dalam pembelian susu kedelai pada UD Sehat Sejahtera Bersama Jember.
2. Diharapkan perusahaan dapat memberikan suatu nilai tambah dari produk susu kedelai yang dihasilkan, agar tetap banyak diminati oleh semua kalangan terutama pelanggan yang sudah melakukan pembelian pada UD Sehat Sejahtera Bersama Jember.
3. Diharapkan kepada perusahaan dapat mengevaluasi saluran distribusi produk, meskipun produk susu kedelai ini sudah menyebarluas diberbagai kota sehingga pelanggan yang sudah melakukan pembelian tetap percaya, loyal dan terkontrol dengan baik pada UD Sehat Sejahtera Bersama Jember.

DAFTAR PUSTAKA

Anonim^a.2012.

Sekilas Tentang Susu Kedelai. <http://www.squidoo.com/manfaatsusu-kedelai>. Diakses pada tanggal 16 April 2012.

Atik.2015.*Analisis Faktor- Faktor yang mempengaruhi Integritas Laporan Keuangan*.Journal Nominal. Volume 4, nomor 1.

American Marketing Association yang dikutip oleh Philip Kotler dan Keller

Annisa Budi Utamai (2015). *Pengaruh harga, pendapatan dan lokasi terhadap keputusan pembelian Epigram Vol. 12 No. 2 Oktober* 2015. Jakarta

Anwar Sholeh. (2016). *Pengaruh kualitas layanan dan hubungan pelanggan terhadap keputusan pembelian* .Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol 2. No. 2 Desember 2016. Jember.

Chitrani Nurindraty, Ari Darmawan. 2018.*Analisis Strategi Model Business pada Produk Industri Pariwisata Dengan Pendekatan Model Canvas*.Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 55 No. 1 Februari 2018. Bangkalan

Danung Putra Adianto (2007).*pengaruh harga, kualitas produk, dan layanan terhadap keputusan pembelian*. Fakultas Ekonomi Manajemen. Semarang.

David . 2009. *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta (ID): Salemba Empat.

Danni Tri Bagus Irawan. (2015). *Pengaruh harga, saluran distribusi terhadap keputusan pembelian pada mobil Avanza*.Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 4, Nomor 9, Agustus 2015. Surabaya

Dyckman. 2000. Akuntansi Intermediate, Jilid I, Penerbit :Erlangga.

- Hadi. 2000. *Review and Outlook Pengembangan Komoditas Hortikultura. Seminar Nasional Perspektif Pembangunan Pertaniandan Kehutanan Tahun 2001 ke Depan*. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian. Badan Penelitiandan Pengembangan Pertanian, Bogor.
- Hartoyo, B. 2005. Perbaikan Mutu Susu Kedelai di dalam Botol. Bandung: Departemen Perindustrian. Bogor.
- Justin Wijaya. Liliani. 2016. *Pengaruh Value Propotision terhadap perusahaan Conresca*. Vol 1, No. 4, Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Surabaya
- Kotler. 2000. *Prinsiples Of Marketing*. Diakses dari <https://aditnobaka.wordpress.com/2010/10/08/pengertian-konsumen/>. Diakses 17 November 2015.
- Kotler dan Armstrong terjemahan Sihombing (2004). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: ERLANGGA.
- Kotler, Philip. (2010). *Manajemen Pemasaran. Alih bahasa Hendra Teguh dan Ronny Antonius Rusli*. Edisi 9, Jakarta : Prenhallindo.
- Muhammad Fadhlun Gunawan. 2016. *Perancangan Business Model Canvas sebagai Alternatif Strategi Bisnis Budidaya Gurame*. Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis. Bandar Lampung.
- Nasution, S. 2005. *Metode Penelitian Naturalistik-Kualitatif*. Bandung: Tarsito Agung.
- Osterwalder, Alexander dan Pigneur, Yves terjemahan. 2012. *Business Model Generation*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Pearch Dan Robinson. 1997. Diakses dari <http://hipni.blogspot.co.id/2012/02/pengertian definisi-manajemen strategi.html>, Diakses 27 November 2015
- Porter. 1980. *Strategi Bersaing*. Diakses Dari <https://aditnobaka.wordpress.com/2012/10/08/pengertian-konsumen/>, Diakses November 2015
- Ratri Lalitamamik (2014). *Pengaruh Activity, Interest, Opinion (AIO) dan harga persepsi harga terhadap keputusan menonton film dibioskop E- Plaza*. Diponegoro Journal Of Social And Political Science Tahun 2014, Hal 1-10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>. SEMARANG
- Ricky (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Sumberdaya Manusia dan Kualitas Physical Evidenc terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT E Health Anugerah Sejahtera*. Fakultas Komunikasi dan Multimedia.
- Rudjito. 2003. *Peranan Lembaga Keuangan Mikro Dalam Otonomi Daerah Guna Menggerakkan Ekonomi Rakyat dan Menanggulangi Kemiskinan*. www.ekonomirakyat.org

Rukmana, R. dan Yuniarsih, Y.
1996. Kedelai:
Budidayadan Pasca Panen. Penerbit.

Kanisius. Yogyakarta. Rumble, R.,
Mangematin, V. (2015). **Business
Model Implementation
: The Antecedents of Multi-
Sideness**. From: <http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/S0742332220150000033201>

Shultz William J .2001, **Marketing** ,New
York: Prentice Hall Inc,

Sugiyono. 2010. **Metode Penelitian
Kuantitatif Kualitatif & RAD**.
Alfabeta. Bandung.

Suherman. 2009. **Keberadaan dan
Pemanfaatan Plasma Nutfah
Jewawut di Kawasan Lahan Kering
Pulau Lombok**. Lombok.

Swasta. 2003.
**Manajemen Pemasaran Analisis Perila
ku Konsumen**. BPFE. Yogyakarta.

Teixeira, C. S. F., Pereira, L. L. F. (2015).
Pereira Diamond: **Benefits
Management Framework. The
International Journal Of Business
& Management**. ISSN 2321-8916

Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius.
2012. **Pemasaran Strategik Edisi 2**.
Jakarta : ANDI Yogyakarta

Umar, Husein. 2005.
**Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Te
sis Bisnis**. PT. Raja
Grafindo Persada. Jakarta.

Vera Sylvia Saragi Sitio. 2017.
**Strategi Bisnis Model
Dengan Pendekatan Business Model
Canvas**. Volume 2 No. 1, Januari -
Juni 2017. Jakarta Timur.