



UNIVERSITAS INDONESIA

TESIS

**ANALISIS PERSAINGAN PASAR ROKOK
KATEGORI SKM *FULL FLAVOUR* DI DKI JAKARTA
(Studi Kasus di PT. HM. Sampoerna Tbk Regional Jakarta)**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai gelar
Magister Sains (M.Si.) dalam Ilmu Administrasi

Oleh :

Nama : Busmin Silaen

NPM : 0606038875

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI
KEKHUSUSAN ADMINISTRASI DAN KEBIJAKAN BISNIS**

JAKARTA

Juni, 2009

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri
Dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar

Nama: Busmin Silaen
NPM: 0606038875

UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI
KEKHUSUSAN ADMINISTRASI DAN KEBIJAKAN BISNIS

TANDA PERSETUJUAN PEMBIMBING TESIS

Nama : Busmin Silaen
NPM : 0606038875
Judul : Analisis Persaingan Pasar Rokok Kategori
SKM *Full Flavour* Di DKI Jakarta (Studi Kasus di
PT. HM. Sampoerna Tbk Regional Jakarta).

Pembimbing Tesis

(Prof. Dr. Ferdinand D. Saragih, MA)

UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI
KEKHUSUSAN ADMINISTRASI DAN KEBIJAKAN PUBLIK

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama : Busmin Silaen
NPM : 0606038875
Judul : Analisis Persaingan Pasar Rokok Kategori SKM *Full Flavour* di DKI Jakarta (Studi Kasus di PT. HM.Sampoerna, Tbk Regional Jakarta)

Tesis ini telah dipertahankan di hadapan Sidang Penguji Tesis Program Pascasarjana Departemen Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia pada tanggal 30 bulan Juni, tahun 2009 dan telah dinyatakan Lulus:

Tim Penguji :

Ketua Sidang : (.....)
Prof. Dr. Benyamin Hoessein

Pembimbing : (.....)
Prof. Dr. Ferdinand.D. Saragih MA

Penguji Ahli : (.....)
Ir. Bernie Y. Nugroho, Ph.D

Sekretaris Sidang : (.....)
Drs. Heri Fathurahman,M.Si

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunianya, tesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Sains (M.Si) dalam ilmu administrasi kekhususan administrasi dan kebijakan bisnis dari Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Indonesia.

Tesis ini berjudul “Analisis Persaingan Pasar Rokok Kategori SKM *Full Flavour* di Regional DKI Jakarta (Studi Kasus di PT. HM. Sampoerna Tbk) di Regional DKI Jakarta”. Pemilihan tema mengenai *Analisis Persaingan* Pasar Rokok Kategori SKM *Full Flavour* dikarenakan oleh kondisi persaingan pasar rokok kategori merk SKM *Full Flavour* memiliki potensi pasar yang besar dan masih bertumbuh. Pasar kategori ini masih didominasi oleh merk-merk tertentu dan merupakan pemain utama dikategori ini sementara merk lainnya dikategori yang sama tidak bertumbuh dan kerap tidak mampu bersaing dalam pasar dan harus ditarik dari pasar karena kurangnya permintaan dari konsumen. Perusahaan rokok yang akan mengeluarkan produk baru kategori SKM *Full Flavour* perlu mempelajari dan mengkaji strategi bersaing dan mengetahui keunggulan pelaku merk kategori SKM *Full Flavour* yang sudah berhasil dan teruji dalam pasar. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis maupun praktis dalam bidang administrasi dan kebijakan bisnis, terutama untuk persaingan produk rokok kategori SKM *Full Flavour*.

Secara khusus, kami menyampaikan rasa terima kasih yang tulus dan penghargaan kepada Prof. Dr. Ferdinand D. Saragih, MA, selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dalam memberikan bimbingan dan konsultasi sehingga tesis ini dapat selesai.

Selain itu, kami juga menyampaikan rasa terima kasih yang tulus dan penghargaan kepada:

1. Prof. Dr. Bhenyamin Hoessein selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Program Pascasarjana FISIP Universitas Indonesia beserta seluruh dosen pengajar yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berguna.
2. Tim penguji sidang tesis dan sekretaris jurusan pasca sarjana Fisip UI
3. Tim Bagian Administrasi Program Pasca Sarja Universitas Fisip UI: Ibu Ana, ibu Ina dan pihak – pihak yang belum tercantum.
4. Seluruh konsumen yang telah menjadi responden dalam penelitian ini
5. Ibunda dan Ayah serta anggota keluarga tercinta yang selalu memberikan dorongan dan nasehat yang sangat berarti dan selalu memberikan doa tiada henti untuk kami.
6. Hendrik Halomoan Sihalohe yang membantu dalam pengolahan data.
7. Alpen Djuperi Simarmata yang bersedia berbagi pengetahuan dan teman-teman di Administrasi dan Kebijakan Publik dan Administrasi dan Kebijakan Bisnis angkatan XIV yang telah menjadi teman berbagi pengetahuan.
8. Seluruh pihak yang mendukung dalam perkuliahan dan penyelesaian penyusunan tesis ini, staf sekretariat dan staf perpustakaan Program Studi Ilmu Administrasi Program Pascasarjana FISIP Universitas Indonesia

Kami menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini masih banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan baik dalam hal isi maupun dalam metode penyampaiannya. Dengan keterbatasan yang dimiliki, kami mohon maaf atas kekurangan yang ada dan kami menerima saran dan kritik yang membangun dalam penyempurnaan di masa yang akan datang. Semoga tesis ini bermanfaat bagi kita semua.

Jakarta 10 Juni 2009

Busmin Silaen

UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI
KEKHUSUSAN ADMINISTRASI DAN KEBIJAKAN BISNIS

ABSTRAK

Busmin Silaen
0606038875

Analisis Persaingan Pasar Rokok Kategori SKM *Full Flavour* di DKI Jakarta (Studi Kasus PT. HM.Sampoerna Tbk regional DKI Jakarta)

Dalam 10 tahun terakhir industri rokok di Indonesia mengalami pertumbuhan fenomenal. Resesi ekonomi yang dimulai dengan krisis moneter sejak Juli 1997 tidak berpengaruh secara signifikan dalam kegiatan industri tersebut. Perkembangan industri rokok nasional masih mengalami pertumbuhan dan mempunyai potensi pasar yang besar dan juga omzet penjualan yang berkontribusi terhadap penerimaan pendapatan pemerintah dari sektor pajak iklan rokok dan juga cukai rokok. Industri rokok masih memiliki potensi pertumbuhan volume yang sangat besar di wilayah DKI untuk semua kategori jenis rokok.

Para pelaku utama industri rokok adalah PT. Gudang Garam Tbk yang memiliki produk unggulan dikategori SKM *Full Flavour* (GG.Fim 12, GG Surya 16 dan GG Surya 12), PT. Djarum (Djarum Super 12, Djarum Super 16), PT. HM.Sampoerna Tbk (Dji Sam Soe Filter dan Marlboro Filter), PT. Gelora Jaya (Wismilak Diplomat 12) PT. Bentoel Invesatma, Tbk (Bentoel Sensasi).

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan metode survei terhadap sejumlah 300 konsumen mengenai produk rokok kategori SKM *Full Flavour* dan juga strategi bersaing masing - masing merk kategori SKM *Full flavour* di DKI Jakarta. Penelitian ini desain dan dimaksudkan untuk mengetahui gambaran daya tarik untuk kategori rokok jenis SKM full flavour di regional jakarta yang menjadi acuan konsumen dalam memilih rokok jenis SKM *Full Flavour*. Hal ini dilakukan dengan cara membuat tabulasi silang antara variabel yang bersifat demografi dengan variabel yang bersifat psikografi yang akan dijadikan sebagai bahan pembandingan terhadap hasil analisa statistiknya.

Hasil perseptual map menunjukkan bahwa Dji Sam Soe Filter 12 dan Marlboro Filter Kretek 12 memiliki kemiripan keunggulan bersaing dengan merk unggul seperti Gudang Garam 12 dan Djarum Super 12. Dengan keunggulan produk yang sudah dihasilkan oleh PT.HM.Sampoerna Tbk maka hal yang perlu diperkuat adalah strategi pemasaran yang bersifat taktis dan strategis. Pemasaran taktis meliputi pengembangan produk secara terus menerus (*design/packaging*), alur distribusi yang baik dan memperkuat promosi dan periklanan yang lebih kuat. Strategi pemasaran strategis mencakup pada segmentasi pelanggan yang lebih jelas dan fokus pada pasar sasaran serta pemosisian nilai merk di hati pelanggan. Dalam strategi generik, Michael Porter mengemukakan tiga strategi untuk strategi bisnis adalah: keunggulan biaya, differensiasi dan strategi fokus. (Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2008: 68).

ABSTRACT

Busmin Silaen
0606038875

Competition Analysis of SKM Full Flavour Category Cigarettes Market in Jakarta (Case Studies of PT H.M.Sampoerna Tbk Jakarta region)

Indonesian cigarette industry has been experiencing phenomenal growth since the last 10 years. Economic recession that began with the monetary crisis in July 1997 does not affect significantly the activities in the industry. National cigarette industry is still growing well and has a big market potential with the current sales contributing to the government revenues which is gotten from the tax of ads and duty on cigarettes. The industry still has a big growth potential in the area of DKI Jakarta for all types of cigarettes category.

The main players in cigarette industry are PT. Gudang Garam Tbk that has superior products in SKM Full Flavour category (GG.Fim 12, GG 16 and GG Surya Surya 12), PT. Djarum (Djarum Super 12 Djarum Super 16), PT. HM.Sampoerna Tbk (DJI Sam Soe Filter and Marlboro Filter), PT. Gelora Jaya (Wismilak Diplomat 12) and PT. Bentoel Invesatma, Tbk (Bentoel sensation).

This is a descriptive research using survey method to 300 consumers, questioning about the cigarettes of SKM Full Flavour category and the competition strategy of each brand in the category. This research was designed to have a picture of the attractiveness of this cigarette category in Jakarta region for consumers' reference in choosing SKM Full Flavour cigarettes. This is done by doing cross-tabulation between the demographic variables and psychographic variables which will be put as a benchmark to the results of its statistical analysis.

The perceptual map shows that Dji Sam Soe Filter 12 and Marlboro Filter Kretek 12 have similar competitive advantages to the superior brands Gudang Garam 12 and Djarum Super 12. With the competitive advantages they have, PT. HM. Sampoerna Tbk needs to strengthen the marketing strategy tactfully and strategically. Tactical marketing includes continuous product development (design/packaging), good distribution channel and strong promotion and advertising campaign. Marketing strategy includes clearer customer segmentation and more focus on target markets and right positioning brand value in consumers' mind. Michael Porter proposes three generic strategies to business, they are cost differentiation, product differentiation and focus strategy. (Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2008: 68).

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS | i |
| TANDA PERSETUJUAN PEMBIMBING TESIS/EMBAR PERNYA..... | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN TESIS..... | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| ABSTRAK | vi |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 8 |
| 1.3 Tujuan dan Signifikansi Penelitian | 9 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.3.2 Signifikansi Penelitian | 9 |
| 1.4 Pembatasan Masalah | 10 |
| 1.5 Sistematika Panulisan | 11 |
| | |
| BAB II TINJAUAN LITERATUR DAN METODE PENELITIAN | 13 |
| 2.1 Penelitian Sebelumnya | 13 |
| 2.1.1 Richard Hall (1992) dengan penelitian berjudul The Strategic Analysis of Intangible Resources..... | 13 |
| 2.1.2. Penelitian Joost Loef, Gerrit Antonides and W. Fred Van Raaij (2001)..... | 13 |
| 2.1.3. Penelitian Laskey, Fox dan Crask (1995) | 15 |
| 2.1.4 Penelitian Howard, Shay dan Green (1998)..... | 15 |
| 2.1.5 Peneltian Kent dan Allen | 16 |
| 2.2 Model Persaingan..... | 17 |
| 2.2.1 Model Analisis Persaingan (Porter) | 17 |
| 2.2.2 Model Analisis Formulasi Strategi Persaingan | 22 |
| 2.2.3 Implementasi Strategi Dalam Persaingan Pasar..... | 25 |
| 2.2.4 Evaluasi Strategi..... | 29 |
| 2.2.5. Pemahaman Strategi Komunikasi Pemasaran Produk | 34 |
| 2.3 Strategi Periklanan | 37 |
| 2.3.1 Efektifitas Periklanan | 40 |

| | | |
|---|--|-----------|
| 2.3.2 | Consumer Decessio Model (CDM) | 42 |
| 2.3.3 | PengenalanMerk..... | 43 |
| 2.3.4 | Kepercayaa Konsumen..... | 45 |
| 2.3.5 | Niat Beli Konsumen..... | 46 |
| 2.4 | Kerangka Analisis | 47 |
| 2.4.1 | Sifat-Sifat Dasar Analisis..... | 50 |
| 2.4.2 | Tujuan Analissi Korespondensi | 50 |
| 2.4.3 | Kelebihan dan Kekurangan Analisis Korespondensi..... | 50 |
| 2.5 | Operasional Konsep | 51 |
| 2.6 | Metode Penelitian..... | 51 |
| 2.6.1 | Pendekatan Penelitian | 51 |
| 2.6.2 | Jenis/Tipe Penelitian | 52 |
| 2.6.3 | Teknik Pengumpulan Data..... | 53 |
| 2.6.4 | Populasi dan Sampel | 53 |
| 2.6.4.1 | Populasi..... | 54 |
| 2.6.4.2 | Sampel..... | 54 |
| 2.6.4.2.1 | Teknik Sampling Untuk Penerapan Kuisisioner..... | 54 |
| 2.6.4.3 | Teknik Analisis Data | 56 |
| 2.6.4.3.1 | Uji Coba Validitas dan Reabilitas Instrumen..... | 57 |
| 2.6.4.3.2 | Proses Analisis Korepondensi Ganda (MCA)..... | 60 |
| 2.6.4.3.3 | Matriks Indikator | 60 |
| 2.6.4.3.4 | <i>Burt Matrix</i> | 61 |
| 2.6.4.3.5 | Matriks Indikator | 62 |
| 2.6.4.3.6 | Profil Baris dan Kolom | 62 |
| 2.6.4.3.7 | Pemilihan Jarak | 65 |
| 2.6.4.3.8 | Inersia | 66 |
| 2.6.4.3.9 | Sumbu Utama | 67 |
| 2.7. | Keterbatasan Penelitian..... | 67 |
| BAB III GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN | | 68 |
| 3.1 | Sejarah Berdirinya Perusahaan | 68 |
| 3.2 | Generasi Pertama | 69 |
| 3.3 | Generasi Kedua | 70 |
| 3.4 | Generasi Ketiga..... | 71 |
| 3.5 | Generasi Keempat | 72 |
| 3.6 | Pasca Akuisisi PMI International..... | 72 |
| BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN..... | | 73 |
| 4.1 | Pengumpulan Data | 73 |

| | |
|--|-----|
| 4.2. Pengolahan Data..... | 74 |
| 4.2.1. Hasil Pengujian Validitas dan Reabilitas Penelitian | 74 |
| 4.2.2. Analisa Data Deskriptif..... | 75 |
| 4.2.3 Demografi | 75 |
| 4.2.4 Sumber Informasi..... | 78 |
| 4.2.5 Tingkat Konsumsi Rokok (<i>Usage</i>) | 83 |
| 4.2.6 Analisa Korespondensi Ganda (<i>MCA</i>)..... | 86 |
| 4.2.7 Uji Independensi | 88 |
| 4.2.7.1 Matriks Profil Baris dan Kolom..... | 89 |
| 4.2.7.2 Proporsi Inersia | 90 |
| 4.2.7.3 Pandangan Keseluruhan Variabel Baris dan Kolom... | 91 |
| 4.2.7.4 Hasil Peta Perseptual..... | 93 |
| 4.3. Strategi Pemasaran yang Tepat bagi PT.HM.Sampoerna Tbk..... | 95 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 99 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 99 |
| 5.2 Saran..... | 100 |
| DAFTAR PUSTAKA | 101 |
| LAMPIRAN..... | 105 |
| LAMPIRAN 1 Daftar Riwayat Hidup..... | 105 |
| LAMPIRAN 2 Kuisisioner..... | 106 |
| LAMPIRAN 3 Hasil Pre Test..... | 109 |
| LAMPIRAN 4 Daftar Riwayat Hidup..... | 105 |
| LAMPIRAN 5 Data Analisis Korespondensi..... | 115 |
| LAMPIRAN 6 <i>Correspondence</i> | 118 |

DAFTAR TABEL

| | Hal |
|---|------------|
| Tabel 1.1 : Peringkat Sepuluh Besar Perusahaan Indonesia | 3 |
| Tabel 1.2 : Volume Pasar Rokok Periode Agustus 2005-Juli 2008 di DKI Jakarta | 4 |
| Tabel 1.3 : Tabel Besaran Volume Masing-Masing Merk SKM <i>Full Flavour</i> . | 6 |
| Tabel 2.4 : Operasionalisasi Konsep Penelitian | 51 |
| Tabel 2.5 : Ukuran Sampel Minimal dengan Banyaknya Variabel | 56 |
| Tabel 2.6 : Burt Matrix..... | 62 |
| Tabel 2.7 : Matriks Korespondensi | 63 |
| Tabel 4.8 : Faktor-Faktor Sukses Merk Rokok Kategori SKM <i>Full Flavour</i> . | 73 |
| Tabel 4.9 : Uji Validitas dan Reabilitas Kuesioner..... | 74 |
| Tabel 4.10 : Tabel Komposisi Responden Berdasarkan Panel Survei | 76 |
| Tabel 4.11 : Tabel Komposisi Responden Berdasarkan Pendidikan | 77 |
| Tabel 4.12 : Tabel Pengeluaran Responden..... | 78 |
| Tabel 4.13 : Sumber Informasi Responden Tentang Rokok DjiSamSoe Filter . | 79 |
| Tabel 4.14 : Sumber Informasi Responden Tentang Rokok Marlboro Filter ... | 80 |
| Tabel 4.15 : Sumber Informasi Responden Tentang Rokok Diluar Rokok Djisamsoe Filter dan Marlboro Filter | 81 |
| Tabel 4.16 : Merk Rokok Yang dinilai aktif memberikan informasi tentang rokok diluar Dji Sam Soe Filter dan Marlboro Filter..... | 83 |
| Tabel 4.17 : Merk Rokok yang paling sering dihisap dan favorit..... | 84 |
| Tabel 4.18 : Tingkat Frekuensi menghisap rokok favorit | 84 |
| Tabel 4.19 : Tingkat Frekuensi menghisap rokok Dji Sam Soe Filter..... | 85 |
| Tabel 4.20 : Tingkat Frekuensi menghisap rokok Marlboro Filter..... | 86 |
| Tabel 4.21 : Hasil Penilaian terhadap 9 jenis merk <i>SKM Full Flavour</i> | 86 |

| | | |
|------------|--|----|
| Tabel 4.22 | : Matriks Profil Baris | 89 |
| Tabel 4.23 | : Matriks Profil Kolom..... | 90 |
| Tabel 4.24 | : Proporsi Inersia | 90 |
| Tabel 4.25 | : Pandangan Keseluruhan Variabel Baris | 91 |
| Tabel 4.26 | : Pandangan Keseluruhan Variabel Kolom..... | 92 |

DAFTAR GAMBAR

| | Hal |
|--|------------|
| Gambar 1.1 : Grafik Perkembangan Perusahaan Industri Rokok Tahun 1981-2002..... | 2 |
| Gambar 1.2 : Grafik Pertumbuhan Volume Pasar Rokok Periode Agustus 2005 - Juli 2008..... | 4 |
| Gambar1.3 : Market Share Semua Kategori Periode Agustus 2005 – Juli 2008..... | 5 |
| Gambar 1.4 : Market Share Masing-Masing Merk SKM <i>Full Flavour</i> | 7 |
| Gambar 2.5 : <i>Five Forces Model of Competition</i> | 17 |
| Gambar 2.6 : Model Hirarki Tanggapan | 35 |
| Gambar 2.7 : Model Dasar Sistem Komunikasi | 36 |
| Gambar 2.8 : Model Analisa Persaingan Pasar Rokok Kategori <i>Full Flavour</i> | 49 |
| Gambar 2.9 : Kerangka Sampel..... | 54 |
| Gambar 2.10: Langkah-Langkah dalam Pembuatan Perceptual Map..... | 60 |
| Gambar 4.11: Komposisi Responden Berdasarkan Usia..... | 76 |
| Gambar 4.12: Komposisi Responden Berdasarkan Pendidikan..... | 77 |
| Gambar 4.13: Sumber Informasi Responden Tentang DjiSamSoe Filter..... | 79 |
| Gambar 4.14: Sumber Informasi Responden Tentang Marlboro Filter..... | 80 |
| Gambar 4.15: Sumber Informasi Responden Tentang rokok diluar Dji Sam Soe Filter dan Marlboro Filter..... | 82 |
| Gambar 4.16: Peta Perseptual Map..... | 93 |

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Daftar Riwayat Hidup

LAMPIRAN 2 : Kuisisioner

LAMPIRAN 3 : Hasil Pre Test

LAMPIRAN 4 : Daftar Riwayat Hidup

LAMPIRAN 5 : Data Analisis Korespondensi

LAMPIRAN 6 : *Correspondence*