

**TUGAS AKHIR**

**ANALISIS FAKTOR PENGEMBANGAN PRODUK *THRESHER* PADI  
BERORIENTASI PASAR  
(Studi Kasus : CV LAS NUSANTARA Wonogiri)**



Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Teknik  
Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

**Diajukan Oleh :**  
**Dwiyanto Kukuh Ichwanudin**  
**D 600.150.059**

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
**2019**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ANALISIS FAKTOR PENGEMBANGAN PRODUK *THRESHER* PADI  
BERORIENTASI PASAR  
(Studi Kasus : CV LAS NUSANTARA Wonogiri)**

Tugas Akhir ini telah diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S-1 untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Hari : *Jumat*  
Tanggal : *9 Agustus 2019*

Disusun oleh

Nama : Dwiyanto Kukul Ichwanudin  
NIM : D 600 150 059  
Jurusan/Fak : Teknik Industri/Teknik

Mengesahkan  
Dosen Pembimbing

*(Dr. Ir. Suranto S.T, M.M)*

## HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS FAKTOR PENGEMBANGAN PRODUK *THRESHER* PADI  
BERORIENTASI PASAR (Studi Kasus : CV LAS NUSANTARA Wonogiri)**  
Telah Dipertahankan pada Sidang Pendadaran Tugas Akhir Jurusan Teknik Industri  
Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta Dihadapan Dewan Penguji

Hari : Jumat  
Tanggal : 9 Agustus 2019

Menyetujui,

Nama

Tanda Tangan

Dr. Ir. Suranto S.T., M.M

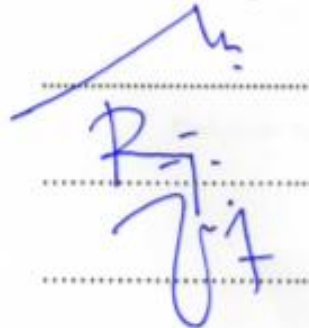
(Ketua Penguji)

Ir. Ratnanto Fitriadi S.T., M.T

(Penguji 1)

Ir. Much. Djuanedi S.T., M.T


(Penguji 2)



Mengetahui,

Dekan Fakultas Teknik

Ketua Jurusan Teknik Industri



(Ir. Sri Sunarjono, M.T., Ph.D., IPM)



(Eko Setiawan, S.T., M.T., Ph.D)

## HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surakarta, 31 Juli 2019



Dwiyanto Kukuh Ichwanudin

## **MOTTO**

“ Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari segala urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmu lah engkau berharap”

(QS Al-Insyirah, 6-8)

*“If you are working on something exciting that you are really care about, you don't have to pushed. The vision pulls you”*

(Steve Jobs)

“Awali semua dengan do'a, keyakinan hati dalam berdo'a memberikan semangat dan kelancaran mencapai tujuan”

(Dwiyanto Kukuh Ichwanudin)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Laporan tugas akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua semoga selalu dalam lindungan Allah sehat selalu dan lancar rezeki..
2. Kakakku tersayang terima kasih telah menjadi tempat curhatku selama kuliah, sehat selalu dan lancar rezeki.
3. Teman-teman teknik industri angkatan 2015 semangat terus lur, sukses dijalan masing-masing.
4. Teman-teman Kos Champink seatap selama kuliah sukses dijalan masing-masing bosku.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji Syukur penulis senantiasa haturkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, serta hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir dengan judul **ANALISIS FAKTOR PENGEMBANGAN PRODUK *THRESHER* PADI BERORIENTASI PASAR (Studi Kasus : CV LAS NUSANTARA Wonogiri)**. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan Strata 1 (S1) Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama penelitian maupun penyusunan laporan Tugas Akhir penulis banyak menerima dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dalam penyusunan Tugas Akhir.
2. Kedua orang tua dan kakak yang senantiasa memberikan dukungan dan do'a.
3. Bapak Ir. Sri Sunarjono, M.T., Ph.D., IPM selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Eko Setiawan, S.T., M.T., Ph.D selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak Dr. Ir. Suranto S.T., M.M selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir.
6. Bapak dan Ibu Dosen Teknik Industri Universitas yang telah memberikan pembelajaran selama masa perkuliahan.
7. Bapak Harno selaku pemilik CV. Las Nusantara yang telah memberikan izin untuk penelitian.
8. Seluruh teman-teman Teknik Industri 2015 dan Kos Champink.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.

Dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin, tentunya masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharap kritik dan saran yang membangun dari pembaca yang budiman. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih, semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, Juli 2019

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Batasan Masalah .....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	5
1.6 Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	7
2.1 Perontok Padi .....	7
2.2 Pengembangan Produk .....	10
2.2.1 Identifikasi Kebutuhan Pelanggan .....	10
2.2.2 Faktor Pengembangan Produk .....	11
2.3 Pengertian Pasar .....	14
2.3.1 Sasaran Pasar .....	15
2.3.2 Identifikasi Pasar .....	15

2.3.3	Segmentasi Pasar.....	16
2.4	Strategi Pemasaran .....	17
2.5	<i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran).....	17
2.5.1	Produk.....	18
2.5.2	Harga.....	18
2.5.3	Promosi .....	18
2.5.4	Distribusi.....	18
2.6	Tinjauan Pustaka .....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>20</b>
3.1	Konsep Penelitian .....	20
3.2	Teknik Pengambilan Sampel.....	21
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	21
3.4	Variabel Penelitian .....	22
3.5	Teknik Pengujian Data .....	24
3.5.1	Pengembangan model teoritis.....	24
3.5.2	Pengembangan diagram alur ( <i>path diagram</i> ) .....	24
3.5.3	Konversi diagram alur kedalam persamaan struktural .....	25
3.5.4	Menentukan matriks input dan teknik estimasi .....	25
3.5.5	Menilai problem identifikasi.....	26
3.5.6	Evaluasi kriteria .....	27
3.5.6	Interpretasi dan Modifikasi Model .....	31
3.6	Kerangka Pemecahan Masalah.....	32
<b>BAB IV PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA.....</b>		<b>33</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	33
4.2	Pengumpulan Data.....	33
4.3	Gambaran Umum Responden.....	34
4.4	Pengujian Instrumen Penelitian .....	37
4.4.1	Pengujian Validitas Instrumen.....	37
4.4.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen .....	39

4.5 Analisis Structural Equation Modelling (SEM) .....	40
4.5.1 Diagram jalur .....	40
4.5.2 Pengujian linearitas.....	40
4.5.3 Pengujian asumsi normalitas .....	41
4.5.4 Pengujian asumsi outlier.....	42
4.5.5 Evaluasi Model Pengukuran .....	44
4.5.5.1 <i>Convergent Validity</i> .....	44
4.5.5.2 <i>Discriminant Validity</i> .....	44
4.5.5.3 Pengujian Reabilitas Konstruk .....	45
4.5.6 Evaluasi Model Structural .....	46
4.5.7 Interpretasi dan Modifikasi Model .....	48
4.5.8 Pengujian Hipotesis .....	49
4.5.9 Pengaruh Dominan .....	51
4.6 Rekomendasi .....	51
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>54</b>
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran .....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hambatan Pengembangan Produk .....	2
Gambar 3.1 Konsep Penelitian.....	20
Gambar 3.2 Diagram Jalur Sederhana .....	22
Gambar 3.3 Flowchart Kerangka Pemecahan Masalah .....	32
Gambar 4.1 Data Responden Berdasarkan Alamat.....	34
Gambar 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia .....	35
Gambar 4.3 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Gambar 4.4 Data Responden Berdasarkan Hasil Panen .....	36
Gambar 4.5 Data Responden Berdasarkan Panen Pertahun.....	37
Gambar 4.6 Diagram Jalur .....	40
Gambar 4.7 Modifikasi Model.....	48

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka .....	19
Tabel 3.1 Variabel Dependen (Y) .....	23
Tabel 3.2 Variabel Independent (X).....	23
Tabel 3.3 Tabel Teknik Estimasi .....	26
Tabel 4.1 Pengujian Validitas Instrumen .....	38
Tabel 4.2 Pengujian Reabilitas Instrumen .....	39
Tabel 4.3 Pengujian Linearitas.....	41
Tabel 4.4 Pengujian Asumsi Normalitas.....	41
Tabel 4.5 Pengujian Asumsi Outliner .....	42
Tabel 4.6 Pengujian Convergent Validity.....	44
Tabel 4.7 Pengujian Discriminant Validity.....	45
Tabel 4.8 Pengujian Reliabilitas Konstruk.....	46
Tabel 4.9 Pengujian Kelayakan Model .....	47
Tabel 4.10 Modifikasi Kelayakan Model.....	48
Tabel 4.11 Pengujian Hipotesis.....	49
Tabel 4.12 Pengaruh Dominan.....	51

## ABSTRAK

Pada era modern penggunaan alat pertanian dengan tenaga mesin merupakan salah satu kebutuhan dalam menunjang pertanian. Banyaknya produsen alat pertanian menuntut setiap pelaku usaha untuk menghasilkan produk yang inovatif memiliki keunggulan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Manfaat dari penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan teknik bagi pelaku usaha khususnya CV Las Nusantara untuk menentukan strategi persaingan dan dalam mengembangkan produk sesuai dengan konsisi pasar.

Objek penelitian ini yaitu petani padi di sekitar CV Las Nusantara, dengan populasi responden yaitu petani dengan mengambil 100 sampel. Metode dalam pengambilan data dilakukan dengan wawancara dan kuesioner yang diisi langsung oleh responden. Metode analisis penelitian ini menggunakan model SEM (Structural Equation Modelling) dengan mengidentifikasi faktor atau konstruk dengan secara bersama mengukur pengaruh atau derajat hubungan antar faktor yang diidentifikasi.

Berdasarkan hasil pengolahan menunjukkan bahwa probabilitas  $>$  level of significance ( $\alpha=5\%$ ) sehingga diartikan terdapat pengaruh yang tidak signifikan pada keseluruhan antara variabel eksogen terhadap variabel endogen. Sedangkan koefisien jalur memiliki nilai pengaruh positif antara variabel eksogen terhadap variabel endogen. Sehingga dapat diartikan semakin baik desain, harga, produktivitas, serta promosi maka dapat meningkatkan orientasi pasar meskipun tidak signifikan. Hasil analisis menghasilkan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap orientasi pasar adalah variabel promosi dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,254.

**Kata Kunci** : Structural Equation Modeling, Pengembangan Produk, Orientasi Pasar.

### Abstract

In the modern era, the use of agricultural tools that use mechanical power is one of the needs in supporting agriculture. Many agricultural tool manufacturers requires that every business actor to produce innovative products has the advantage of providing consumer satisfaction. The benefits of this research can be used as a reference and technique for businesses, especially CV Las Nusantara to determine competitive strategies and in developing products in accordance with market conditions.

The object of this research is farmers around CV Las Nusantara, the respondent population is farmers by taking 100 samples. The method of data collection by interviews and questionnaires that are filled directly by respondents. The method of analysis of this study uses the SEM (Structural Equation Modelling) model identifying by factors or constructs with measuring the effect or degree of relationship between the factors identified.

Based on the results of processing shows that the probability  $>$  level of significance ( $\alpha = 5\%$ ) so that it is interpreted that there is no significant effect on the overall between

exogenous variables towards endogenous variables. While the path coefficient has a positive influence value between the exogenous variables to the endogenous variables. So it can be interpreted that the better the design, price, productivity, and promotion can improve market orientation, although not significantly. The results of the analysis produce the variable that has the most dominant influence on market orientation is the promotion variable with a path coefficient of 0.254.

**Key Words** : Structural Equation Modeling, Product Development, Market Orientation.