

AGRITTEK

JURNAL ILMU-ILMU: ● PERTANIAN ● TEKNOLOGI PERTANIAN ● KEHUTANAN

TERAKREDITASI No.026/DIKTI/KEP/2005



**GALUR-GALUR KEDELAI ADAPTIF PADA LAHAN
SAWAH JENIS ENTISOL**

Purwantoro

**PENAMPILAN BEBERAPA KLON RAMI DI WILAYAH
PENGEMBANGAN WONOSOBO**

Marjani, Untung Setyo-Budi, dan Djumali

**PENGARUH INTENSITAS KERUSAKAN DAUN
TERHADAP PENURUNAN PRODUKSI PADA EMPAT
VARIETAS WIJEN (*Sesamun indicum L.*)**

Tukimin, SW

**NILAI BIOLOGIS DAN ENERGI METABOLIS DEDAK
KASAR (*GRANTEK*) PLUS PROBIOTIK DAN
PEMANFAATANNYA PADA RANSUM PEMELIHARAAN
ITIK JANTAN**

Budi Prasetyo dan Suci Wulandari

**UJI KETAHANAN GENOTIPE KACANG TANAH
INTRODUKSI TERHADAP INFEKSI CENDAWAN**

Aspergillus flavus

Joko Purnomo

**STUDI ISOLASI PROTOPLAS TANAMAN JERUK SIAM
DAN MANDARIN SATSUMA**

Ali Husni, Agus Purwito, Ika Mariska, dan Sudarsono

**PANDUAN PEMUPUKAN N, P, DAN K TANAMAN
KEDELAI DI LAHAN SAWAH**

Achmad Ghozi Manshuri

**POTENSI HASIL SAMBUNGAN ANTARA VARIETAS
TOMAT DENGAN VARIETAS TERUNG**

Hadi Suhardjono dan Djarwatiningsih Ps

**Diterbitkan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat
Institut Pertanian Malang**

AGRITTEK VOLUME 17 EDISI ULANG TAHUN KE-18 JULI 2008

JURNAL

AGRITEK

TERAKREDITASI : NO. 26/DIKTI/KEP/2005

Diterbitkan Oleh:

Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat (LP3M)
Institut Pertanian Malang Bekerja Sama dengan Beberapa Organisasi
Profesi Bidang Pertanian dan Lembaga-Lembaga Penelitian Serta Perguruan Tinggi Negeri
dan Swasta Seluruh Indonesia

Redaksi

Ketua Dewan Redaksi

Prof.Dr. Ir. Soemarno DS, MS

Redaksi Pelaksana

Drs. Ahmad Sofwani, MSi

Penyunting Pelaksana

Ir. H. Sarwiyono, M.Agr, Sc
Ir. Wiwiek Ruminarti, MS
Ir. Siti Farida, MP

Ir. Agus Sukarno, MP
Ir. Niniek Dyah, MS
Ir. Kemas Yusra, MP

Dewan Redaksi (Mitra Bestari)

Prof. Dr.Ir. Hj. Siti R. Ch. Sy (Unibraw)
Prof. Dr.Ir. Syekhfani (Unibraw)
Prof. Dr.Ir. Gunawan (UGM)
Prof. Dr.Ir. Hari Bowo, MS (UPN)
Prof. Ir. Sumeru Ai . M.Agr. PhD (Unibraw)
Dr.Ir. Hj. Liliek Agustina, MS (Unibraw)
Dr.Ir. Titik Sundari, MS (Balitkabi)
Dr.Q. Dadang Ernawanto, MS (BPTP)

Prof. Dr.Ir. H. Syamsul Bahri (Unibraw)
Prof. Dr.Ir. Ali Kabul (Unila)
Prof. Dr.Ir. Setyabudi (UWK)
Prof. Dr.Ir. HM. Muslich M. MSc. (Unibraw)
Prof. Dr. Ir. H. Tri Susanto. M.Agr. (Unibraw)
Ir. Sukoso, PhD (Unibraw)
Dr. Akhmad Ghazali, MS (Unlam)

Alamat Penyunting dan Redaksi Jurnal Pelaksana Lembaga Penelitian Dan Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Pada Masyarakat (LP3M) Institut Pertanian Malang Jl. Sukarno- Hatta Malang Telp (0341) 495541 Fax. (0341) 485539. Langganan Setahun Rp. 250.000,- + Ongkos Kirim Rp. 50.000,-Uang Langganan Dikirim ke Redaksi Pelaksana : Drs. Ahmad Sofwani, MSi. Telp. 08123575333

Agritek diterbitkan Oleh Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Pada Masyarakat (LP3M) Institut Pertanian Malang bekerja sama dengan beberapa organisasi profesi bidang pertanian dan lembaga-lembaga penelitian serta perguruan tinggi negeri dan swasta seluruh Indonesia di bawah Tim Pengembangan Jurnal Institut Pertanian Malang dengan Ketua: Prof. Dr. Ir. Soemarno DS, MS Pelindung: Ir. RB. Ainurrasjid, MS. Penanggung Jawab: Redaksi Pelaksana. Telp/Fax. (0341) 824644

Jurnal Agritek Tahun 2008 akan terbit 12 kali pada bulan Januari, Februari, Maret, April, Mei, Juni, Juli, Agustus, September, Oktober, November, Desember. Jurnal Agritek terbit atas kontribusi artikel-artikel hasil penelitian dosen, peneliti, mahasiswa S1, S2, dan S3 di perguruan-perguruan tinggi negeri maupun swasta maupun lembaga-lembaga penelitian seperti Balitkabi, BPTP, Balittas, Balitro, Balitvet, dan lain-lain, dalam rangka pengembangan jaringan informasi hasil kajian konseptual, pustaka, dan hasil-hasil penelitian di bidang pertanian, kehutanan, dan teknologi pertanian serta bidang-bidang ilmu yang relevan

JURNAL

AGRITEK

Jurnal Ilmu - Ilmu Pertanian - Teknologi Pertanian - Kehutanan

Terakreditasi Ditjen Dikti No.050/0/I/98; No.395/DIKTI/KEP/2000; No.26/DIKTI/KEP/2005

DAFTAR ISI

GALUR-GALUR KEDELAI ADAFTIF PADA LAHAN SAWAH JENIS TANAH ENTISOL (Purwantoro)	1186
KETAHANAN BEBERAPA AKSESI PLASMA NUTFAH KAPAS TERHADAP <i>RHIZOCTONIA SOLANI</i> KÜHN DAN <i>SCLEROTIUM ROLFSII</i> SACC PENYEBAB PENYAKIT REBAH KECAMBAH (Cece Suhara)	1191
RESPON BEBERAPA GENOTIPE KACANG HIJAU TERHADAP CEKAMAN KEKERINGAN (Heru Kuswantoro Solichatul Ma'rufah dan I made Jana Mejaya)	1199
ANALISIS PENGEMBANGAN TELUK TERIMA SEBAGAI OBYEK WISATA ALAM DI KABUPATEN BULELENG-BALI (Gede Ari Yudasmaru, I Nyoman S. Naitja, Achmad Fahrudin, Siti Nurisjah)	1206
EKSTRAK VARIETAS DAUN PEPAYA (<i>Carica papaya</i>. L) DAN PENGARUHNYA TERHADAP PERTUMBUHAN PARASIT MALARIA SECARA IN VITRO DAN IN VIVO (Johanis F Rehena, Elsje Th Maasawet)	1215
PENAMPILAN BEBERAPA KLON RAMI DI WILAYAH PENGEMBANGAN WONOSOBO (Marjani, Untung Setyo-Budi, dan Djumali)	1223
TINGKAT SERANGAN BAKTERI <i>Pseudomonas solanacearum</i> PADA GALUR HARAPAN TEMBAKAU PADA BEBERAPA KETINGGIAN TEMPAT DI KABUPATEN TEMANGGUNG (Supriyono dan Nurul Hidayah*)	1227
EFFECT OF DURATION OF INCORPORATION OF COMMON SUNFLOWER (<i>Helianthus annuus</i> L.) LEAVES IN THE SOIL ON THE GERMINATION OF SELECTED WEEDS AND CROPS (Mohammad Cholid)	1232
PERTUMBUHAN, PRODUKSI DAN KOMPONEN PRODUKSI VARIETAS KAPUK MUDA (UMUR 9 TAHUN) (M. Machfud dan M. Cholid)	1239
PENGARUH INTENSITAS KERUSAKAN DAUN TERHADAP PENURUNAN PRODUKSI PADA EMPAT VARIETAS WIJEN (<i>Sesamum indicum</i> L.) (Tukimin, SW)	1243
KAJIAN MEKANISME TOLERANSI TANAMAN KEDELAI TERHADAP ALUMINIUM DI TANAH ULTISOL (Achmad Ghozi Manshuri)	1251
MODEL PENGEMBANGAN AGRIBISNIS TERPADU DI JAWA TIMUR (Zainal Abidin, Pawana Nur Indah²) dan Nuriah Yulianti)	1258
NILAI BIOLOGIS DAN ENERGI METABOLIS DEDAK KASAR (<i>GRANTEK</i>) PLUS PROBIOTIK DAN EMANFAATANNYA PADA RANSUM PEMELIHARAAN ITIK JANTAN (Budi Prasetyo, Suci Wulandari)	1265
PELUANG PEMANFAATAN LIMBAH KULIT EDAMAME SEBAGAI BAHAN BAKU <i>FILLER</i> PAKAN TERNAK UNGGAS : KARAKTERISASI NUTRISI DAN ASPEK PERLAKUAN MENGGUNAKAN MIKROBA (Rosa Tri Hertamawati, Nur Bambang)	1273
FORMULASI KOMBINASI LIMBAH EDAMAME DAN LIMBAH UDANG PADA PAKAN MENGANDUNG PROBIOTIK STARBIO UNTUK MENINGKATKAN PERFORMANS ITIK PETELUR DAN PRODUKSI KUNING TELUR WARNA MERAH (Suci Wulandari, Budi Prasetyo)	1280
SUPLEMENTASI ENZIM <i>XILANASE</i> RANSUM BERBAHAN BAKU BEKATUL PADA APLIKASI PENCAMPURAN <i>PRE</i> DAN <i>POST PELLETING</i> TERHADAP PERFORMANS BROILER (Dadik Pantaya dan Wahjoe Widiyanto B)	1288
SUPLEMENTASI ENZIM <i>XILANASE</i> RANSUM BERBAHAN BAKU BEKATUL PADA APLIKASI PENCAMPURAN <i>PRE</i> DAN <i>POST PELLETING</i> TERHADAP PERFORMANS BROILER (Heri Warsito, Sri Yuni, Yossi Wibisono)	1294
KARAKTERISASI SURIMI DARI BERBAGAI JENIS IKAN NON EKONOMIS DENGAN APLIKASI BAHAN PENGIKAT (Wahyu Suryaningsih dan Rindiani)	1303
KARAKTERISASI SIFAT FISIKOKIMIA KEDELE EDAMAME PADA BERBAGAI UMUR PANEN DAN LAMA PERIODE PENYIMPANAN YANG BERBEDA SEBAGAI BAHAN BAKU PENGOLAHAN (Agus Santoso dan Agung Wahyono)	1312
PENGARUH FAKTOR FUNDAMENTAL EKONOMI TERHADAP HARGA SAHAM SEKTOR PENGOLAHAN KAYU, PULP & PAPER, DAN PERKEBUNAN DI BURSA EFEK JAKARTA (Teddy Chandra)	1319

AGRITEK VOLUME 17 EDISI ULANG TAHUN KE-18 JULI 2008

UJI KETAHANAN GENOTIPE KACANG TANAH INTRODUKSI TERHADAP INFEKSI CENDAWAN <i>Aspergillus flavus</i> (Joko Purnomo)	1324
✓ PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN INDUSTRI JASA KONSTRUKSI KUALIFIKASI MENENGAH DAN KECIL DI INDONESIA (Miftahul Huda)	1331
TRANSFER KOMERSIALISASI TEKNOLOGI SISTEM <i>FRANCHISING</i> DITINJAU DARI HUKUM BISNIS (A. Margono)	1338
STUDI ISOLASI PROTOPLAS TANAMAN JERUK SIAM DAN MANDARIN SATSUMA (Ali Husni., Agus Purwito, Ika. Mariska dan Sudarsono)	1345
TANGGAPAN FISILOGIS TEMBAKAU VIRGINIA RAJANGAN TERHADAP CEKAMAN AIR DAN HUBUNGANNYA DENGAN HASIL RAJANGAN KERING (Djumali dan Moch. Romli)	1354
PENGARUH PEMBERIAN BELERANG PADA FOSFAT ALAM TERHADAP HASIL KEDELAI DI ULTISOL LAMPUNG (Andy Wijanarko dan Yuffita Farni)	1361
RESPON TANAMAN KAPAS (<i>Gossypium hirsutum</i> L.) TERHADAP PUPUK ANORGANIK DAN ORGANIK DI VERTISOL (Budi Hariyono)	1367
STUDI <i>CRACKING</i> MINYAK JARAK PAGAR TANPA KATALIS DAN DENGAN KATALIS ZEOLIT (Nasruddin, Gatot Priyanto, Basuni Hamzah dan Muhammad Said)	1375
ANALISIS PENGARUH ECONOMIC VALUE ADDED, RETURN ON EQUITY, NET WORKING RATIO, PRICE EARNING RATIO TERHADAP HARGA SAHAM PERUSAHAAN FOOD AND BEVERAGES YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK JAKARTA (Wiwik Handayani)	1384
PANDUAN PEMUPUKAN N, P DAN K TANAMAN KEDELAI DI LAHAN SAWAH (Achmad Ghози Manshuri)	1390
PENGARUH TINGKAT PEMBERIAN AIR TERHADAP PERTUMBUHAN DAN HASIL TEMBAKAU VIRGINIA RAJANGAN (<i>Nicotiana tabacum</i> L.) (Moch Romli)	1398
STUDI KELAYAKAN PENGGUNAAN BIJI JARAK PAGAR (<i>Jathropa curcas</i> L.) SEBAGAI BAHAN BAKAR ALTERNATIF PENGGANTI MINYAK TANAH DAN ARANG KAYU (Teger Basuki dan Soebandi)	1403
POTENSI ACTINOMYCETES SEBAGAI AGENS HAYATI PENYAKIT LAYU FUSARIUM (<i>Fusarium oxysporum</i>) PADA TANAMAN CABAI (<i>Capsicum annum</i>) (Tri Mujoko, Endang Triwahyu P., Ika Rochdjatun S., Tutung Hadiastono)	1407
STUDI AWAL ETNOFARMOKOLOGIS MANGROVE BAGI PERUNTUKAN SEDIAAN FARMASITIKA DI DESA TADUPI KECAMATAN OBA KOTA TIDORE KEPULAUAN (Salim Abubakar)	1414
PENINGKATAN PRODUKTIVITAS KEDELAI DI LAHAN SAWAH SETELAH PADI DAN KEDELAI MELALUI EMBERIAN PUPUK ORGANIK, ANORGANIK DAN HAYATI (Suryantini)	1422
STUDY TENTANG MACAM DAN KONSENTRASI PUPUK SLURY TERHADAP PERTUMBUHAN DAN HASIL TANAMAN TOMAT (<i>Lycopersicum esculentum</i> Mill) (Agus Sulistyono)	1429
SUBSTITUSI BAHAN UTAMA DAN LAMA PENGOMPOSAN MEDIA TANAM, TERHADAP PERTUMBUHAN DAN HASIL PANEN JAMUR TIRAM PUTIH (<i>Pleurotus ostreatus</i>) (Guniarti)	1435
POTENSI HASIL SAMBUNGAN ANTARA VARIETAS TOMAT DENGAN VARIETAS TERUNG (Hadi Suhardjono dan Djarwatiningsih Ps)	1440
POTENSI DAN PERMASALAHAN PESISIR JAWA TIMUR DI DELAPAN KABUPATEN / KOTA (Aniek Sulestiani)	1444
PENGARUH TEKNIK PENYERBUKAN BUATAN TERHADAP KOMPONEN PRODUKSI BUAH SIRSAK (<i>Annona muricata</i> L.) (Sudjijo)	1449
KAJIAN PERAN UMBI BENIH BAWANG MERAH DALAM PENYEBARAN <i>Fusarium oxysporum</i> f.sp. <i>cepae</i> PENYEBAB PENYAKIT MOLER (Sri Wiyatiningsih)	1454
EVALUASI PROSES PENETAPAN DATA PEMILIH PADA PILKADA DI KABUPATEN OGAN ILIR TAHUN 2005 (H.M. Edwar Juliartha)	1460
POLITIK UANG DAN KORUPSI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI-POLITIK PEMBANGUNAN (H.M. Edwar Juliartha)	1469
PENGARUH INTERVAL WAKTU TANAM KACANG TANAH VARIETAS KOMODO TERHADAP PERTUMBUHAN DAN HASIL KALIX ROSELA MERAH VARIETAS JAMAICA PADA SISTEM TUMPANGSARI DI LAHAN INSEPTISOL MALANG (Budi Santoso)	1477
FAKTOR –FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PRODUKSI IKAN LELE DUMBO (<i>Clarias gariepinus</i>) PETANI IKAN KOLAM DI KURAHAN LEMBAH SARI KECAMATAN RUMBAI PESISIR KOTA PEKANBARU PROVINSI RIAU (Zulkamaini)	1483
PEMANFAATAN SKIM SANTAN KELAPA HASIL SAMPING PENGOLAHAN VIRGIN COCONUT OIL (VCO) UNTUK PEMBUATAN NATA : KAJIAN PENGATURAN KONSENTRASI GULA DAN SUMBER NITROGEN (Ni Nyoman Puspawati dan I Gusti Ayu Lani Triani)	1488
KERAGAAN BENIH PADI BERSERTIFIKAT DI KABUPATEN PONOROGO (Syarif Imam Hidayat)	1494

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN INDUSTRI JASA KONSTRUKSI KUALIFIKASI MENENGAH DAN KECIL DI INDONESIA

Miftahul Huda

ABSTRAK

Strategi Pemasaran adalah macam strategi pemasaran spesifik yang diterapkan oleh perusahaan industri jasa konstruksi guna mencapai tujuan perusahaan secara optimal. Strategi pemasaran membangun keunggulan bersaing dengan mengkombinasi strategi untuk mempengaruhi konsumen, dan keberhasilan strategi pemasaran yang menunjukkan eratnya hubungan antara strategi bisnis dan pemasaran. Jenis industri jasa konstruksi berdasarkan kelasnya terbagi menjadi tiga, yaitu: besar, menengah, dan kecil. Kontraktor kualifikasi besar (B) adalah perusahaan yang mampu mengerjakan proyek dengan nilai di atas 10 (sepuluh) milyar rupiah, kualifikasi menengah (M) mampu mengerjakan proyek senilai 1 (satu) sampai dengan 10 (sepuluh) milyar rupiah, sedangkan kualifikasi kecil (K) adalah mampu mengerjakan proyek di bawah 1 milyar rupiah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel strategi pemasaran yang meliputi: harga, mutu, waktu, fleksibilitas, *relationship*, dan aliansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan industri jasa konstruksi kualifikasi menengah dan kecil di Indonesia. Dengan demikian semakin baik (sesuai) strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan maka kinerja perusahaan akan cenderung meningkat.

Kata kunci: Pemasaran, jasa konstruksi, kinerja perusahaan

ABSTRACT

Strategy Marketing is kinds of specific marketing strategy which applied by industrial company of service construction utilize to reach the target of company in an optimal fashion. Marketing strategy build excellence vie with strategy combination to influence consumer, and efficiency of marketing strategy which show to sliver relation between business strategy and marketing. Type service construction industries pursuant to its class divided to become three, that is is: big, middle, and small. contractor of big qualification (B) is company capable to do the project of with value above 10 (ten) billion rupiah, middle qualification (M) can do the project of for the price of 1 (one) up to 10 (ten) billion rupiah, while small qualification (K) is can do the project under 1 billion rupiah. Result of research indicate that marketing strategy variable covering: price, quality, time, flexibility, relationship, and alliance have an effect on positive and signifikan to company performance at industrial company of service construction of qualification middle and small in Indonesia. Thereby progressively goodness (appropriate) applied by company marketing strategy so company performance will tend to increase.

Key words: marketting, service construction, working of company

PENDAHULUAN

Industri jasa konstruksi di Indonesia mempunyai peranan yang sangat penting dalam pembangunan suatu bangsa, karena di samping menjadi penunjang utama bagi kegiatan sektor-sektor pembangunan yang lain, hasil karyanya juga menjadi lambang peradaban yang menggambarkan tinggi rendahnya kebudayaan suatu bangsa pada suatu masa.

Jenis industri jasa konstruksi berdasarkan kelasnya terbagi menjadi tiga, yaitu: besar, menengah, dan kecil. Kontraktor kualifikasi besar (B) adalah perusahaan yang mampu mengerjakan proyek dengan nilai di atas 10 (sepuluh) milyar rupiah, kualifikasi menengah (M) mampu mengerjakan proyek senilai 1 (satu) sampai dengan 10 (sepuluh) milyar rupiah, sedangkan kualifikasi

kecil (K) adalah mampu mengerjakan proyek di bawah 1 milyar rupiah. Jumlah industri dan jumlah tender (volume dan nilai proyek) untuk industri menengah dan kecil lebih besar dibandingkan jumlah industri jasa konstruksi kualifikasi (B), seperti ditunjukkan pada Tabel 1.

Strategi Pemasaran adalah macam strategi pemasaran spesifik yang diterapkan oleh perusahaan industri jasa konstruksi guna mencapai tujuan perusahaan secara optimal. Strategi pemasaran membangun keunggulan bersaing dengan mengkombinasi strategi untuk mempengaruhi konsumen, dan keberhasilan strategi pemasaran yang menunjukkan eratnya hubungan antara strategi bisnis dan pemasaran.

Kinerja Perusahaan adalah gambaran keberhasilan perusahaan industri jasa konstruksi dari aspek keuangan yang merupakan hasil dari keputusan dan tindakan yang

Tabel 1. Jumlah Industri Jasa Kontruksi di Indonesia Periode Tahun 2006

Kualifikasi Industri	Jumlah	Presentase (%)
Besar (B)	2.467	3,21
Menengah (M)	12.189	15,86
Kecil (K)	62.211	80,93
Jumlah	76.867	100

Sumber: Lembaga Pengembangan Jasa Konstruksi Nasional (2006)

Tabel 2. Jumlah Distribusi Sampel pada masing-masing Provinsi Berdasarkan Klasifikasi Kualifikasi Kontraktor

Provinsi	Populasi		Total	Sampel		Total
	Kualifikasi kontraktor			Kualifikasi kontraktor		
	Kecil	Menengah		Kecil	Menengah	
NAD	3.395	546	3.941	11	5	16
SUMUT	3.185	624	3.810	11	5	16
LAMPUNG	3.264	640	3.904	12	4	16
DKI JAKARTA	3.796	744	4.539	14	5	19
JABAR	5.210	1.021	6.231	18	8	26
JATENG	4.479	878	5.357	16	5	21
JATIM	5.910	1.158	7.069	20	9	29
KALSEL	3.319	650	3.969	12	5	17
SULSEL	4.014	787	4.801	15	5	20
Jumlah	36.573	7.048	43.621	129	51	180

Sumber: Data diolah (2008)

...diambil, pengukuran berdasarkan kepuasan pelanggan, proses bisnis dalam perusahaan, serta aktivitas dalam pembelajaran dan pertumbuhan perusahaan untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan di masa yang akan datang.

METODE PENELITIAN

Pengambilan sampel untuk penelitian dilakukan selama tiga bulan dengan menggunakan metode *proportional random sampling* pada Industri Konstruksi di 9 provinsi terpilih yang menjadi anggota Gabungan Pengusaha Industri Konstruksi Indonesia (GAPENSI), Asosiasi Pengusaha Jasa Konstruksi Nasional (ASPEKNAS), Asosiasi Kontraktor Seluruh Indonesia (AKSI), atau asosiasi kontraktor lainnya. Jumlah sampel 180 perusahaan yang terbagi berdasarkan proporsi masing-masing provinsi.

Instrumen dalam penelitian ini adalah kuesioner. Prosedur pengambilan dan pengumpulan data penelitian dilakukan secara langsung, dengan menggunakan internet, Faxsimili, dan wawancara via telepon.

Pengukuran untuk masing-masing variabel penelitian didasarkan pada pengembangan skala Likert (1-7). Skala Likert (*Likert Scale*) merupakan metode yang mengukur sikap dengan menyatakan setuju atau ketidaksetujuannya terhadap subyek, obyek, atau kejadian tertentu, yang dijabarkan dalam pernyataan-pernyataan yang ada di dalam kuesioner.

- Nilai atau skor jawaban sangat tidak mampu (STM) = 1
- Nilai atau skor jawaban tidak mampu (TM) = 2
- Nilai atau skor jawaban kurang mampu (KM) = 3
- Nilai atau skor jawaban ragu-ragu (RR) = 4
- Nilai atau skor jawaban cukup mampu (CM) = 5
- Nilai atau skor jawaban mampu (M) = 6
- Nilai atau skor jawaban sangat mampu (SM) = 7

Metode pengolahan data statistik yang digunakan adalah Parametrik, *Multivariate*. Alat analisis memakai *Partial Least Square (PLS)* dan Uji t. Analisis dilakukan untuk segmen pasar dalam negeri atau nasional (proyek pemerintah dan proyek swasta) dengan estimasi: *Maximum Likelihood*, Regresi: *Standardized estimate* dan menggunakan *Software SmartPLS, versi 2,00*

Tabel 3. Desain Kuesioner

Variabel	Indikator	Sumber
Strategi Pemasaran	- Keunggulan harga - Keunggulan mutu - Keunggulan waktu - Fleksibilitas - <i>Relationships</i> - Aliansi	Olavson (2001), Krajewski dan Ritzman (1999)
Kinerja Perusahaan	- Persepektif keuangan - Perspektif pelanggan - Perspektif proses bisnis Internal - Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan	Kaplan dan Norton (2000))

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2008)

Tabel 4. Deskripsi Variabel Strategi Pemasaran (Y1)

Indikator	Kategori Jawaban						
	STM (%)	TM (%)	KM (%)	RR (%)	CM (%)	M (%)	SM (%)
Keunggulan harga (Y1.1)	5,0	25,0	52,2	13,9	2,8	1,1	0
Keunggulan mutu (Y1.2)	2,2	26,1	36,1	22,2	10,6	2,2	0,6
Keunggulan waktu (Y1.3)	0	28,9	48,9	12,8	7,8	0,6	1,1
Fleksibilitas pelayanan (Y1.4)	0	11,7	38,9	41,7	7,8	0	0
<i>Relationship</i> (Y1.5)	1,1	14,4	36,7	38,9	7,2	0,6	1,1
Aliansi (Y1.6)	1,1	18,3	35,6	36,1	3,3	3,3	2,2

Tabel 5. Nilai Rerata Variabel Strategi Pemasaran (Y1)

Variabel	Indikator	Rerata Indikator	Rerata Variabel
Strategi Pemasaran	Y1.1	2,88	3,24
	Y1.2	3,22	
	Y1.3	3,06	
	Y1.4	3,46	
	Y1.5	3,43	
	Y1.6	3,41	

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Variabel Penelitian.

Strategi Pemasaran. Variabel strategi pemasaran memiliki indikator meliputi: keunggulan harga, keunggulan mutu, keunggulan waktu, fleksibilitas pelayanan, *relationship*, dan aliansi.

Tabel 5 menunjukkan nilai rerata variabel strategi pemasaran sebesar 3,24 maka dapat disimpulkan secara

rata-rata strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan industri jasa konstruksi menengah dan kecil di Indonesia adalah kurang.

Kinerja Perusahaan. Variabel kinerja perusahaan memiliki indikator meliputi: perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif proses bisnis internal, perspektif pembelajaran dan pertumbuhan.

Tabel 7 menunjukkan nilai rerata variabel kinerja perusahaan sebesar 3,54 maka dapat disimpulkan secara rata-rata kinerja yang dicapai perusahaan industri jasa

Tabel 6. Deskripsi Variabel Kinerja Perusahaan (Y2)

Indikator	Kategori Jawaban						
	STM (%)	TM (%)	KM (%)	RR (%)	CM (%)	M (%)	SM (%)
Perspektif keuangan (Y2.1)	1,1	12,2	35,6	34,4	8,9	2,2	5,6
Perspektif pelanggan (Y2.2)	0	15,6	41,1	26,7	6,7	6,7	3,3
Perspektif proses bisnis internal (Y2.3)	0	17,2	40,6	17,2	18,3	6,7	0
Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan (Y2.4)	1,1	20,0	47,8	17,2	5,6	6,7	1,7

Tabel 7. Nilai Rerata Variabel Kinerja Perusahaan (Y2)

Variabel	Indikator	Rerata Indikator	Rerata Variabel
Kinerja Perusahaan	Y2.1	3,67	3,54
	Y2.2	3,58	
	Y2.3	3,57	
	Y2.4	3,33	

Tabel 8. Koefisien Jalur

Variabel Laten		Koefisien Jalur	t-Statistik	Keterangan *
Strategi	Kinerja	0,486	4,364	Signifikan

*Dinyatakan signifikan bila nilai t-Statistik > 1,96

konstruksi menengah dan kecil di Indonesia adalah kurang atau kinerjanya masih rendah.

Pengujian Antar Variabel Laten. Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai t-statistik masing-masing hubungan antar variabel laten dengan tabel (1,96), yaitu dikatakan signifikan jika t-statistik hubungan antar variabel laten lebih besar dari 1,96.

Hasil Uji t. Berdasarkan analisis uji t untuk menguji perbedaan strategi pemasaran pada perusahaan industri jasa konstruksi kualifikasi kecil dan menengah diperoleh nilai t-statistik dan nilai signifikansi (*p-value*) masing-masing indikator dari variabel strategi pemasaran.

Secara rinci hasil uji perbedaan strategi pemasaran industri jasa konstruksi kualifikasi kecil dan menengah untuk masing-masing indikator, ditunjukkan pada Tabel sampai dengan Tabel 14.

Keunggulan harga (Y1.1). Hasil uji t menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara skor rata-rata Y1.1 Kecil dengan skor rata-rata Y1.1 Menengah, sebab nilai sig. (*p-value*) pada uji t tersebut $0,485 > \alpha = 0,05$ (tidak signifikan). (lihat Tabel 9)

Keunggulan mutu (Y1.2). Hasil uji t menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara skor rata-rata Y1.2 Kecil dengan skor rata-rata Y1.2 Menengah, sebab nilai sig. (*p-value*) pada uji t tersebut $= 0,870 > \alpha = 0,05$ (tidak signifikan). (lihat Tabel 10)

Keunggulan waktu (Y1.3). Hasil uji t menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara skor rata-rata Y1.3 Kecil dengan skor rata-rata Y1.3 Menengah, sebab nilai sig. (*p-value*) pada uji t tersebut $= 0,010 < \alpha = 0,05$ (signifikan). (lihat Tabel 11)

Fleksibilitas pelayanan (Y1.4). Hasil uji t menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara skor rata-rata Y1.4 Kecil dengan skor rata-rata Y1.4 Menengah, sebab nilai sig. (*p-value*) pada uji t tersebut $= 0,019 < \alpha = 0,05$ (signifikan). (lihat Tabel 12)

Relationship (Y1.5).

Hasil uji t menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara skor rata-rata Y1.5 Kecil dengan skor rata-rata Y1.5 Menengah, sebab nilai sig. (*p-value*) pada uji t tersebut $= 0,405 > \alpha = 0,05$ (tidak signifikan). (lihat Tabel 13)

Tabel 9. Hasil Uji Perbedaan Strategi Pemasaran Industri Jasa Konstruksi Kualifikasi Kecil dan Menengah untuk Indikator Keunggulan Harga (Y1.1)

Independent Samples Test

	Levene's Test for equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
Skor y1. Equal variance assumed	.716	.399	.700	178	.485	.103	.147	-.187	.393
Equal variance not assumed			.758	109.371	.450	.103	.136	-.166	.373

Tabel 10. Hasil Uji Perbedaan Strategi Pemasaran Industri Jasa Konstruksi Kualifikasi Kecil dan Menengah untuk Indikator Keunggulan Mutu (Y1.2)

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
Skor y1. Equal variance assumed	8.348	.004	-.141	178	.888	-.026	.185	-.391	.339
Equal variance not assumed			-.164	131.362	.870	-.026	.159	-.340	.288

Tabel 11. Hasil Uji Perbedaan Strategi Pemasaran Industri Jasa Konstruksi Kualifikasi Kecil dan Menengah untuk Indikator Keunggulan Waktu (Y1.3)

Independent Samples Test

	Levene's Test for equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
Skor y1. Equal variance assumed	14.153	.000	2.017	178	.045	.324	.161	.007	.641
Equal variance not assumed			2.621	167.041	.010	.324	.124	.080	.568

Tabel 12. Hasil Uji Perbedaan Strategi Pemasaran Industri Jasa Konstruksi Kualifikasi Kecil dan Menengah untuk Indikator Fleksibilitas Pelayanan (Y1.4)

Independent Samples Test

	Levene's Test for equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
Skor y1. Equal variance assumed	10.276	.002	-2.036	178	.043	-.267	.131	-.526	-.008
Equal variance not assumed			-2.377	131.632	.019	-.267	.112	-.490	-.045

Tabel 13. Hasil Uji Perbedaan Strategi Pemasaran Industri Jasa Konstruksi Kualifikasi Kecil dan Menengah untuk Indikator *Relationship* (Y1.5)

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
Skor y1.5 Equal variance assumed	4.461	.036	-.722	178	.471	-.114	.159	-.427	.198
Equal variance not assumed			-.835	128.815	.405	-.114	.137	-.386	.157

Tabel 14. Hasil Uji Perbedaan Strategi Pemasaran Industri Jasa Konstruksi Kualifikasi Kecil dan Menengah untuk Indikator Aliansi (Y1.6)

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
Skor y1.6 Equal variance assumed	2.938	.088	-.754	178	.452	-.138	.183	-.498	.223
Equal variance not assumed			-.854	122.155	.395	-.138	.161	-.457	.181

Aliansi (Y1.6). Hasil uji t menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara skor rata-rata Y1.6 Kecil dengan skor rata-rata Y1.6 Menengah, sebab nilai sig. (*p-value*) pada uji t tersebut = 0,452 > $\alpha = 0,05$ (tidak signifikan).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dari penelitian disertasi ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Variabel strategi pemasaran yang meliputi: harga, mutu, waktu, fleksibilitas, *relationship*, dan aliansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan industri jasa konstruksi kualifikasi menengah dan kecil di Indonesia. Dengan demikian semakin baik (sesuai) strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan maka kinerja perusahaan akan cenderung meningkat; 2) Berdasarkan hasil pengujian perbedaan strategi pemasaran antara kontraktor kecil dan menengah menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan untuk memilih dan menetapkan strategi

pemasaran spesifik jasa kontraktor dalam hal keunggulan harga, keunggulan mutu, *relationship* dan aliansi, tetapi terdapat perbedaan signifikan untuk memilih dan menetapkan strategi pemasaran terutama dalam hal waktu dan fleksibilitas pelayanan; 3) Untuk meningkatkan kinerja perusahaan bagi kontraktor kualifikasi menengah dan kecil di Indonesia, perusahaan harus memilih dan menetapkan strategi pemasaran spesifik bagi jasa kontraktor yang berorientasi pada keunggulan harga, keunggulan mutu, keunggulan waktu, fleksibilitas pelayanan, *relationship* dan aliansi.

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, D.A. 1997, *Strategic Market Management*, 5th edition, John Wiley & Sons Inc., New York.
 Craven, D.W., 1996, *Pemasaran Strategis*, Edisi Keempat, Terjemahan, Penerbit Erlangga, Jakarta.
 Futrell, Charles, and William J. Stanton, 1989, *Fundamental of Marketing*, 8th Edition, McGraw-Hill, Singapore.

- Gregorius, Chandra, 2002, *Strategi dan Program Pemasaran*. Edisi Pertama, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Hidayat, Imam, 2003, Determinant Marketing Strategies dan Kinerja Perusahaan: Hasil Studi Para Manajer Industri Semen, *Jurnal Usahawan*, No. 6 Th. XXXIII (Juni), pp. 11-20.
- Indramanik, I.B.G., 2004, Kajian Strategi Pemasaran Perusahaan Pelaksana Jasa Konstruksi, *Tesis*, Program Magister Teknik Sipil, Institut Teknologi Bandung, Bandung.
- Kertajaya, Hermawan, 2000, *Marketing Plus 2000: Siasat Memenangkan Persaingan Global*, Edisi Pertama, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2002, *A Generic Concept of Marketing, Marketing Management*, Millennium Edition, Prentice Hall International, New Jersey,
- Kotler, Philip, and Armstrong, G., 1996, *Principle of Marketing*, 9th Edition, Prentice Hall International Inc., New Jersey.
- Lovelock, C.H. and Wright, L.K. 2000, *Services Marketing and Management*, Prentice Hall International Inc., New Jersey.
- Lupiyoadi, R. 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Soemardi, Biemo W., 2005, Strategi Pemasaran: Suatu Tinjauan terhadap Perusahaan Industri Jasa Konstruksi, Penerbit ITB, Bandung.