

**PENERAPAN METODE *MARKOV CHAIN* PADA POLA
PERPINDAHAN MERK DAN PANGSA PASAR PRODUK
SONGKOK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
(STUDI KASUS UMKM SONGKOK NASIONAL AFDHOL
(SNA) BUNGAH, GRESIK)**

ABSTRAK

**Penerapan Metode Markov Chain Pada Pola Perpindahan Merk dan Pangsa
Pasar Produk Songkok untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus
UMKM Songkok Nasional Afdhol di Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik)**

**Dibawah Bimbingan Trisita Novianti, S.TP., M.T dan Heri Awalul Ilhamsah,
S.T., M.T**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh menurunnya konsumen pada UMKM Afdhol pada tahun 2020. Tujuan dalam penelitian ini diantara lain 1) untuk mengetahui pola perpindahan merk produk songkok bagi Songkok Nasional Afdhol (SNA). 2) untuk mengetahui prediksi pangsa pasar produk songkok jenis polos AC dan strategi pemasaran terbaik serta bisa menentukan harga untuk periode selanjutnya. Penelitian ini dilaksanakan pada UMKM Afdol yang berlokasi di Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik. Data yang dibutuhkan yaitu data yang kuesioner berisi tentang produk merek songkok yang dipakai sebelumnya dan produk merek songkok yang digunakan saat ini, dengan populasi berjumlah 415 orang sehingga sampel yang dibutuhkan sebanyak 204 orang. Merek songkok pesaing diantaranya SNO (ONH), SNP (pendopo), dan SNG (Gapura Bungah). Pengolahan data dilakukan dengan *Markon Chain* dimulai dengan memprediksi pangsa pasar dengan 3 strategi diantaranya strategi pertama yaitu tanpa menurunkan atau menaikkan harga, strategi kedua yaitu menurunkan harga Rp. 5.000,00 dan strategi ketiga yaitu menaikkan harga Rp. 5.000,00. Hasil perhitungan diperoleh nilai *market share* terbesar yaitu diperoleh strategi menurunkan harga Rp. 5.000,00 sebesar 42,65% dengan nilai probabilitas sebesar 0,4265 pada kondisi *steady state* sebesar 0,4714 dengan profit sebesar Rp. 1.137.636. Apabila UMKM tersebut ingin menggunakan strategi yang lain untuk mencapai nilai ekspektasi maksimal, maka UMKM harus menambah jumlah konsumen.

Kata kunci : Markov chain, Pangsa pasar, Perpindahan merk, Songkok

ABSTRACT

Application of the Markov Chain Method to the Pattern of Brand Transfer and Market Share of Songkok Products to Increase Sales (Case Study of the Afdhol National Songkok MSME in Bungah District, Gresik Regency)

Under the Guidance of Trisita Novianti, S.TP., MT and Heri Awalul Ilhamsah, ST, MT

This research is against the background of the decline in consumers in Afdhol MSMEs in 2020. The objectives in this study include 1) to determine the pattern of brand switching for songkok products for the Afdhol National Songkok (SNA). 2) to find out the prediction of the market share of the plain AC type skullcap product and the best marketing strategy and to be able to determine the price for the next period. This research was carried out on Afdol SMEs located in Bungah District, Gresik Regency. The data needed is data that the questionnaire contains about the songkok brand products used previously and the songkok brand products used today, with a population of 415 people so that the required sample is 204 people. Competing skullcap brands include SNO (ONH), SNP (pendopo), and SNG (Gapura Bungah). Data processing is carried out with *Markov Chain* starting by predicting market share with 3 strategies including the first strategy, namely without lowering or increasing prices, the second strategy is to reduce the price to Rp. 10,000.00 and the third strategy is to increase the price of Rp. 10,000.00. The calculation results obtained the *market share*, namely the strategy to reduce the price of Rp. 10,000.00 of 42.65% with a probability value of 0.4265 in a *steady state* of 0.4714 with a profit of Rp. 1.137.636. If the MSME wants to use another strategy. If the MSME wants to use another strategy to achieve the maximum expected value, then the MSME must increase the number of consumers.

Keywords: Markov chain, Market share, Switching brands, Songkok

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Permasalahan	Error! Bookmark not defined.
1.2 Perumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Batasan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.6 Asumsi	Error! Bookmark not defined.
1.7 Sistematika Penulisan	Error! Bookmark not defined.
BAB II LANDASAN TEORI	Error! Bookmark not defined.
2.1 Gambaran Umum Produk Songkok Jenis Polos AC	Error! Bookmark not defined.
not defined.	
2.2 Brand.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Perpindahan Merk (<i>Brand Switching</i>)...	Error! Bookmark not defined.
2.4 Pangsa Pasar.....	Error! Bookmark not defined.
2.5 Kepuasan Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
2.6 Rantai Markov (Markov Chain).....	Error! Bookmark not defined.

2.7 Populasi	Error! Bookmark not defined.
2.8 Kuesioner	Error! Bookmark not defined.
2.9 Penelitian pendahulu	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Waktu dan Tempat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Waktu Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Tempat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.4 Jenis Data	Error! Bookmark not defined.
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Observasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Wawancara.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.3 Studi Pustaka.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.4 Kuesioner	Error! Bookmark not defined.
3.6 Populasi	Error! Bookmark not defined.
3.6.1 Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.7 Metode Penyelesaian.....	Error! Bookmark not defined.
3.8 Flowchart Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Daftar Harga Masing-Masing Merek Produk Songkok (Jenis Songkok Polos AC).....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Pengolahan Data	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Rantai Markov	Error! Bookmark not defined.
4.3 Perhitungan Nilai Ekspektasi	Error! Bookmark not defined.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Merek Pesaing.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.2 Penelitian yang sama.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.3 Jumlah Responden	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.4 Jumlah Pembelian Periode Saat Ini dan Sebelumnya	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.5 Brand Switching (Perpindahan Merek) .	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.6 Matriks Probabilitas Transisi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.7 Harga masing-masing produk songkok..	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.8 Data pemngguna produk songkok periode pertama	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.9 Pola perpindahan tanpa menaikkan atau menurunkan harga pada UMKM SNA.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.10 Brand switching merek songkok tanpa menurunkan dan menaikkan harga.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.11 Pola perpindahan menurunkan harga sebesar Rp. 5.000 pada UMKM SNA.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.12 Brand switching merek songkok menurunkan harga Rp. 5.000 ..	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.13 Pola perpindahan menaikkan harga sebesar Rp. 5.000 pada UMKM SNA.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.14 Brand switching merek songkok menaikkan harga Rp. 5.000.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.15 Pola perpindahan merek tanpa menurunkan atau menaikkan harga	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.16 Matriks probabilitas transisi tanpa menurunkan atau menaikkan harga	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.17 Pola perpindahan merek menurunkan harga Rp. 5.000	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.18 Matriks probabilitas transisi menurunkan harga RP. 5.000	Error! Bookmark not defined.

Tabel 4.19 Pola perpindahan merek menaikkan harga Rp. 5.000..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.20 Matriks probabilitas transisi menaikkan harga RP. 5.000 **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.21 Brand Switching tanpa menurunkan atau menaikkan harga **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.22 Prediksi pangsa pasar dengan strategi tanpa menurunkan atau menaikkan harga**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.23 Prediksi pangsa pasar strategi tanpa menurunkan ataupun menaikkan harga.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.24 Brand Switching menurunkan harga Rp. 5.000**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.25 Prediksi pangsa pasar dengan strategi menurunkan harga Rp. 5.000**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.26 Prediksi pangsa pasar strategi menurunkan harga Rp. 5.000..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.27 Brand Switching menaikkan harga Rp. 5.000**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.28 Prediksi pangsa pasar dengan strategi menaikkan harga Rp. 5.000**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.29 Prediksi pangsa pasar strategi menaikkan harga Rp. 5.000 **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.30 Nilai ekspektasi untuk periode selanjutnya**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

No table of figures entries found.

