

## ABSTRAK

Pada satu sisi produksi biodiesel yang dijadikan bahan bakar khususnya alat transportasi sangat bermanfaat bagi kebersihan emisi lingkungan, serta berdampak positif pada kondisi mesin kendaraan yang menggunakannya, sehingga pemanfaatan biodiesel untuk bahan bakar kendaraan bermotor dapat ditingkatkan dan didistribusikan melalui SPBU, yang akhirnya kinerja pemasaran bahan bakar biodiesel itu sendiri meningkat. Namun pada kenyataannya kinerja pemasaran biodiesel yang dilihat dari beberapa SPBU relatif menurun, bahkan terdapat beberapa SPBU yang tidak lagi mendistribusikan bahan bakar biodiesel itu sendiri pada pemakai akhir atau industri, hal ini cenderung keunggulan bersaing bahan bakar biodiesel masih relatif di bawah bahan bakar minyak yang lainnya. Ketidakunggulan bahan bakar biodiesel disinyalir karena perusahaan penghasil biodiesel kurang mampu merumuskan strategi pemasaran yang tepat yang diakibatkan oleh ketidakmampuan dalam merespon perubahan kondisi lingkungan eksternal dan internal perusahaan yang terepleksikan dalam daya tarik pasar dan kinerja pesaing. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh daya tarik pasar dan kinerja pesaing terhadap strategi pemasaran dan keunggulan bersaing, serta implikasinya terhadap kinerja pemasaran. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei deskriptif dan survei eksplanatori dengan unit analisis adalah SPBU yang ada di pulau Jawa dengan ukuran sampel 270 SPBU. Metode analisis yang digunakan adalah SEM. Berdasarkan hasil analisis, maka ditemukan bahwa daya tarik pasar kurang mendukung perusahaan penghasil biodiesel dalam melakukan aktivitas bisnisnya dan kinerja pesaing dapat diantisipasi oleh perusahaan penghasil bahan bakar biodiesel berbahan baku CPO. Perusahaan penghasil biodiesel mampu merumuskan strategi pemasaran dan mampu mencapai keunggulan bersaing bahan bakar biodiesel berbahan baku CPO. Daya tarik pasar dan kinerja pesaing berpengaruh terhadap kinerja strategi pasar bahan bakar biodiesel berbahan baku CPO baik secara simultan maupun parsial. Daya tarik pasar dan kinerja pesaing berpengaruh terhadap kinerja strategi bauran pemasaran bahan bakar biodiesel berbahan baku CPO, baik secara simultan maupun parsial. Kinerja strategi pasar dan kinerja strategi bauran pemasaran berpengaruh terhadap keunggulan bersaing bahan bakar biodiesel berbahan baku CPO, baik secara simultan maupun parsial. Kinerja strategi pasar, kinerja strategi bauran pemasaran, dan keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja pemasaran SPBU bahan bakar biodiesel berbahan baku CPO, baik secara simultan maupun parsial.

Kata kunci : Daya tarik pasar, kinerja pesaing, strategi pemasaran, keunggulan bersaing, kinerja pemasaran