

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

(Studi Kasus pada Usaha Mikro Kecil Menengah Mie Ayam dan Bakso Lik No
Kec. Wonosari, Kab. Gunungkidul, Prov. Daerah Istimewa Yogyakarta)

Disusun Oleh :

Aji Cahyono

C1180278

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Konsentrasi Manajemen Bisnis**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA
TAHUN 2022**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan
Volume Penjualan
Nama : Aji Cahyono
NRP : C1180278
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Bisnis
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing




Drs. Deddy Supriyadi, M.Sc

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi

Sarjana Manajemen


Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si
Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

University

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aji Cahyono

NRP : C1180278

Tempat, Tanggal Lahir : Wonogiri, 12 Mei 2000

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Mie Ayam dan Bakso Lik No” adalah benar pekerjaan saya sendiri. Apabila terbukti melanggar, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan kepada saya (sesuai dengan PERMENDIKNAS nomor 17 tahun 2010 tentang pencegahan dan penanggulangan plagiat di perguruan tinggi).

Jatinangor, 27 Agustus 2022

Aji Cahyono

RIWAYAT HIDUP

Aji Cahyono, Lahir pada tanggal 12 Maret 2000 di Wonogiri, Jawa Tengah. Merupakan anak kedua dari dua bersaudara Keluarga Bapak Suparno dan Ibu Partini. Pendidikan yang telah ditempuh penulis diantaranya:

1. Tahun 2012 lulus dari SD Negeri Karangrejek 2, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Gunungkidul, D.I Yogyakarta.
2. Tahun 2015 lulus dari Madrasah Mu'allimin Muhammadiyah Yogyakarta, Kecamatan Wirobyajan, Kota Yogyakarta, D.I Yogyakarta.
3. Tahun 2018 lulus SMA Muhammadiyah Wonosari, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Gunungkidul, D.I Yogyakarta

Pada tahun 2018 tercatat sebagai mahasiswa di konsentrasi Manajemen Bisnis, program S1 Manajemen, Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN) yang beralamat di Jatinangor, Sumedang, Jawa Barat penerima Beasiswa Sriboga Flour Mill. Selama masa perkuliahan, penulis aktif dalam berbagai kegiatan kemahasiswaan diantaranya :

1. Anggota Federasi Mahasiswa Sriboga (2018-2022)
2. Anggota LPM-Image (2018-2019)

IKOPIN
University

ABSTRACT

Aji Cahyono 2022, Marketing Strategy Analysis to Increase Sales Volume, a case study on MSME Of Mie Ayam dan Bakso Lik No which is located at Jl. Baron KM 1 Tegalsari 09/08 Siraman, Wonosari, Gunungkidul, Yogyakarta Special Region 55851. This research was under the guidance of Mr. Deddy Supriyadi.

MSME Mie Ayam dan Bakso Lik No pursue business in the culinary field, namely chicken noodles and meatballs. The business, which was founded in 1991 until now, has always increased and grown sales. However, after a look at the sales volume from 2017 to 2021, it is known that the percentage increase in sales is fluctuating. This is suspected to have something to do with marketing strategy.

The purpose of the study is to find out the marketing strategy with the application of a marketing mix related to sales volume. The research method used is a case study with a quantitative approach. The data were taken using a questionnaire in the form of a likert scale.

The results of the cartesian chart analysis show that the indicators in quadrant A are product variations whose performance has not been in accordance with consumer expectations so they need to be improved. The indicators in quadrant B are Product quality, product taste is very satisfactory, the product is in new condition, the level of maturity according to the wishes of consumers, the price is cheaper than competitors, and strategic. Indicators in quadrant C are the existence of discounts offered, word of mouth promotions, social media advertisements, business locations maintained cleanliness, parking lots provided are quite spacious and delivery services prioritize low performance because they are considered less important by consumers and indicators in quadrant D are attractive product appearance, packaging of takeaway products, the attached banner is clearly visible to consumers.

Keywords: Marketing strategy, marketing mix, sales volume

ABSTRAK

Aji Cahyono 2022, Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan, studi kasus pada UMKM Mie Ayam dan Bakso Lik No yang beralamat di Jl. Baron KM 1 Tegalsari 09/08 Siraman, Wonosari, Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55851. Penelitian ini di bawah bimbingan Bapak Deddy Supriyadi.

UMKM Mie Ayam dan Bakso Lik No menekuni usaha di bidang kuliner yaitu mie ayam dan bakso. Usaha yang berdiri sejak 1991 sampai sekarang ini penjualannya selalu meningkat dan berkembang. Namun setelah ditilik pada volume penjualan dari tahun 2017 hingga 2021 diketahui persentase kenaikan penjualan yang fluktuatif. Hal ini diduga ada kaitannya dengan strategi pemasaran.

Maksud dan tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui strategi pemasaran dengan penerapan bauran pemasaran yang berkaitan dengan volume penjualan. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kuantitatif. Data diambil menggunakan kuesioner berbentuk skala likert.

Hasil analisis diagram kartesius menunjukkan indikator di kuadran A adalah variasi produk yang peformanya belum sesuai dengan harapan konsumen sehingga perlu ditingkatkan. Indikator di kuadran B yaitu Kualitas produk, rasa produk sangat memuaskan, produk dalam kondisi baru, tingkat kematangan sesuai keinginan konsumen, harga lebih murah dibanding pesaing, dan lokasi strategis. Indikator di kuadran C yaitu Adanya potongan harga yang ditawarkan, promosi melalui mulut ke mulut (*word of mouth*), iklan media sosial, lokasi usaha terjaga kebersihannya, lahan parkir yang disediakan cukup luas dan layanan pesan antar prioritas peningkatan peformanya rendah karena dianggap kurang penting oleh konsumen dan indikator di kuadran D yaitu Penampilan produk menarik, pengemasan produk takeaway, banner yang terpasang terlihat jelas oleh konsumen.

Kata kunci: Strategi pemasaran, bauran pemasaran, volume penjualan

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan” studi kasus pada Usaha Mikro Kecil Menengah Mie Ayam dan Bakso Lik No Kec. Wonosari Kab. Gunungkidul Prov. D.I Yogyakarta. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Konsentrasi Manajemen Bisnis di Universitas Koperasi Indonesia. Penulis menyadari bahwa dengan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Drs. Deddy Supriyadi, M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
2. Drs. Dadan Hamdani, MM selaku dosen penelaah konsentrasi yang telah memberikan masukan dan arahnya.
3. Sukmahadi, M.Si, Ak selaku dosen penelaah koperasi yang sudah memberikan masukan dan arahnya.
4. Bapak Alwin Arifin selaku pemilik PT Sriboga Flourmill yang merupakan pemberi beasiswa untuk berkesempatan mengikuti perkuliahan di IKOPIN dan

seluruh pihak PT. Sriboga Flour Mill yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan kuliah dengan tepat waktu.

5. Bapak DR. Ir. Burhanudin Abdullah, MA selaku rektor IKOPIN.
6. Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
7. Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si selaku Kepala Program Studi Manajemen.
8. Bapak/Ibu Dosen pengajar IKOPIN yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan serta nilai kehidupan selama kegiatan perkuliahan.
9. Bapak Suparno Selaku Pemilik dari Mie Ayam dan Bakso Lik No atas perizinan, kesempatan, waktu dan informasi yang diberikan.
10. Segenap pengurus dan anggota Koperasi Simpan Pinjam Rombongan Mie Ayam (KOPAROMEYO) atas perizinan, kesempatan, waktu dan informasi yang diberikan.
11. Orang tua tercinta, Ibu Partini dan Bapak Suparno untuk setiap doa, dukungan baik moril maupun materil, kasih, cinta, motivasi, semangat dan sabar yang diberikan. Semoga ini dapat menjadi salah satu persembahan dan kado untuk kedua orangtua yang selalu mendukung penulis dalam keadaan apapun.
12. Kakak tercinta Anjar Agus Cahyani, S.Farm.,Apt yang telah memberikan dukungan, doa, motivasi yang telah diberikan.
13. Terimakasih kepada kekasih saya Zahrotul Mutmainah yang selalu mendampingi, mendukung, dan memberikan motivasi selama penulisan skripsi dan menyediakan waktu, pikiran, dan tenaga dalam penulisan skripsi ini.
14. Sahabat sekaligus keluarga tercinta FEMASI 2018 (Rama, Zahrotul, Ega, Haidar, Roro dan Novita) atas bantuan, semangat, motivasi, kasih penulis

selama ini serta mahasiswa yang tergabung dalam FEMASI yang tidak mungkin terlupakan.

15. Teman-teman kelompok praktek lapang (Nina, Bunga, Lieta, dan Zahrotul) yang selalu memberikan dukungan, motivasi, semangat, dan canda tawa.
16. Terimakasih kepada diri saya sendiri yang telah berjuang selama 4 tahun dalam meraih gelar sarjana yang penuh suka ataupun duka, canda dan tawa. Terimakasih kepada diri saya yang mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan banyak cobaan dan halangan sehingga membuat saya sampai di titik ini.
17. Semua Pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam persiapan hingga terselesaikannya skripsi ini. Terima kasih.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya. Dan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan saudara-saudara semua.

Jatinangor, Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Maksud Dan Tujuan	8
1.3.1 Maksud.....	8
1.3.2 Tujuan	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis	8
1.4.2 Kegunaan Praktis	8
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN.....	9
2.1 Pendekatan Masalah.....	9
2.1.1 Manajemen Bisnis.....	9
2.1.2 Pemasaran	11
2.1.3 Strategi Pemasaran.....	12

2.1.4 Bauran Pemasaran.....	14
2.1.5 Volume Penjualan.....	23
2.2 Metode Penelitian.....	24
2.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan.....	24
2.2.2 Data yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel).....	24
2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukannya.....	25
2.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	26
2.2.5 Analisis Data.....	27
2.2.6 Tempat Penelitian.....	32
2.2.7 Waktu Penelitian.....	33
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....	34
3.1 Sejarah Berdirinya Mie Ayam dan Bakso Lik No.....	34
3.2 Struktur Organisasi.....	36
3.3 Permodalan Usaha.....	37
3.4 Fungsi Manajemen Usaha.....	38
3.4.1 Manajemen Produksi.....	38
3.4.2 Manajemen Pemasaran.....	38
3.4.3 Manajemen Sumber Daya Manusia.....	39
3.3.4 Manajemen Keuangan.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Profil Informan dan Karakteristik Responden.....	41
4.1.1 Profil Informan.....	41
4.1.2 Karakteristik Responden.....	42

4.2 Penerapan Strategi Pemasaran Pada Usaha Mie Ayam dan Bakso Lik No	43
4.3 Penilaian Kinerja dan Kepentingan Konsumen Terhadap Penerapan Bauran Pemasaran	52
4.4 Bagaimana strategi pemasaran yang sebaiknya dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan	80
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Simpulan	83
5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	87



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Produk yang ditawarkan oleh Mie Ayam dan Bakso Lik No	4
Tabel 1. 2 Nama Usaha Mikro Kecil Menengah Pesaing	5
Tabel 1. 3 Perkembangan Usaha Tahun 2017 – 2021	5
Tabel 2. 1 Langkah-Langkah Segmentasi Pasar, Penetapan Pasar Sasaran, Penempatan Pasar.....	13
Tabel 2. 2 Operasionalisasi Variabel	25
Tabel 2. 3 Kriteria Penilaian Kinerja	28
Tabel 2. 4 Kriteria Penilaian Kepentingan.....	28
Tabel 2. 5 Kelas Interval Setiap Indikator	29
Tabel 2. 6 Rekapitulasi Penilaian Konsumen Terhadap Kinerja Indikator-Indikator Bauran Pemasaran.....	30
Tabel 2. 7 Rekapitulasi Penilaian Konsumen Terhadap Kepentingan Indikator- Indikator Bauran Pemasaran	30
Tabel 2. 8 Tabulasi Kesesuaian Kinerja dan Kepentingan Indikator-Indikator Bauran Pemasaran.....	30
Tabel 4. 1 Responden Konsumen Mie Ayam dan Bakso Lik No	42
Tabel 4. 2 Daftar Menu di Mie Ayam dan Bakso Lik No.....	44
Tabel 4. 3 Tanggapan konsumen pada Variasi produk	52
Tabel 4. 4 Harapan konsumen pada Variasi produk	53
Tabel 4. 5 Tanggapan konsumen pada Kualitas Produk	53
Tabel 4. 6 Harapan konsumen pada Kualitas Produk	54

Tabel 4. 7 Tanggapan konsumen pada Rasa Produk.....	54
Tabel 4. 8 Harapan konsumen pada Rasa Produk.....	55
Tabel 4. 9 Tanggapan konsumen pada Produk dalam kondisi Baru	55
Tabel 4. 10 Harapan konsumen pada Produk dalam kondisi Baru	56
Tabel 4. 11 Tanggapan konsumen pada Tingkat Kematangan	56
Tabel 4. 12 Harapan konsumen pada Tingkat Kematangan	57
Tabel 4. 13 Tanggapan konsumen pada Penampilan Produk	57
Tabel 4. 14 Harapan konsumen pada Penampilan Produk.....	58
Tabel 4. 15 Tanggapan konsumen pada Pengemasan Produk	58
Tabel 4. 16 Harapan konsumen pada Pengemasan Produk.....	59
Tabel 4. 17 Tanggapan konsumen pada Harga lebih Murah	59
Tabel 4. 18 Harapan konsumen pada Harga lebih Murah.....	60
Tabel 4. 19 Tanggapan konsumen pada Potongan Harga	60
Tabel 4. 20 Harapan konsumen pada Potongan Harga	61
Tabel 4. 21 Tanggapan konsumen pada Banner terlihat jelas.....	61
Tabel 4. 22 Harapan konsumen pada Banner terlihat jelas	62
Tabel 4. 23 Tanggapan konsumen pada Promosi Word Of Mouth.....	62
Tabel 4. 24 Harapan konsumen pada Promosi Word Of Mouth.....	63
Tabel 4. 25 Tanggapan konsumen pada Iklan Media Sosial.....	63
Tabel 4. 26 Harapan konsumen pada Iklan Media Sosial.....	64
Tabel 4. 27 Tanggapan konsumen pada Lokasi Usaha Strategi.....	65
Tabel 4. 28 Harapan konsumen pada Lokasi Usaha Strategi.....	65
Tabel 4. 29 Tanggapan konsumen pada Kebersihan Lokasi Usaha.....	66

Tabel 4. 30 Harapan konsumen pada Kebersihan Lokasi Usaha.....	66
Tabel 4. 31 Tanggapan konsumen pada Lahan Parkir Lokasi Usaha	67
Tabel 4. 32 Harapan konsumen pada Lahan Parkir Lokasi Usaha	67
Tabel 4. 33 Tanggapan konsumen pada Layanan Pesan Antar.....	68
Tabel 4. 34 Harapan konsumen pada Layanan Pesan Antar	68
Tabel 4. 35 Rekapitulasi Penilaian Kinerja dan Kepentingan Konsumen Terhadap Penerapan Bauran Pemasaran	69
Tabel 4. 36 Uji Validitas Kuesioner Kinerja.....	71
Tabel 4. 37 Uji Validitas Kuesioner Kepentingan	71
Tabel 4. 38 Uji Reliabilitas Kuesioner Kinerja.....	72
Tabel 4. 39 Uji Reliabilitas Kuesioner Kepentingan	73
Tabel 4. 40 Tabulasi Kesesuaian Kinerja dan Kepentingan Indikator-Indikator Bauran Pemasaran.....	73
Tabel 4. 41 Tabulasi Perhitungan Rata-Rata dari Penilaian Kinerja dan Kepentingan	75
Tabel 4. 42 Indikator pada Usaha Mie Ayam dan Bakso Lik No.....	77

IKOPIN
University

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Diagram Kartesius.....	31
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Mie Ayam dan Bakso Lik No	37
Gambar 4. 1 Mie Ayam dan Bakso.....	47
Gambar 4. 2 Kemasan box pada mie ayam.....	48
Gambar 4. 3 Diagram Kartesius Mie Ayam dan Bakso Lik No	76



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Kuesioner	87
Lampiran 2 : Panduan Wawancara	90
Lampiran 3 : Rekapitulasi Hasil Kuesioner Kinerja	91
Lampiran 4 : Rekapitulasi Hasil Kuesioner Kepentingan.....	92
Lampiran 5 : Uji Validitas.....	93

