

ANALISIS BAURAN PROMOSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

(Studi Kasus Pada UMKM Bengkel Las Listrik Jatinangor)

Disusun Oleh :

ROSANAH

C1190244

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen

Konsentrasi Manajemen Bisnis

Dosen Pembimbing :

Dr. H. Dandan Irawan, SE., M. Sc



KONSENTRASI MANAJEMEN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA
2023

RIWAYAT HIDUP

Rosanah, lahir Sumedang pada tanggal 26 Juni 1999. Merupakan anak ke-1 dari pasangan Bapak Jani Maryana dan Ibu Sulastri. Jenjang pendidikan formal yang telah ditempuh, diantaranya :

1. Tahun 2012 lulus dari SD Negeri Sirahcai, Desa Cisempur, Kecamatan Jatinangor, Sumedang.
2. Tahun 2015 lulus dari SMP Negeri 2 Jatinangor, Sumedang.
3. Tahun 2018 lulus dari SMA Negeri Jatinangor, Sumedang.

Selanjutnya penulis tercatat sebagai mahasiswa pada tahun 2019 di Universitas Koperasi Indonesia (IKOPIN University) dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan Program Studi S-1 Manajemen dan Konsentrasi Manajemen Bisnis. Selama menjadi mahasiswa di IKOPIN University penulis telah mengikuti organisasi DKM DAARUL IKHWAN IKOPIN.

ABSTRAK

ROSANAH, 2019. *Analysis of the Promotion Mix in an Effort to Increase Sales Volume, under the guidance of H. Dandan Irawan.*

Amanah Welding Workshop is a small and medium business that sells a variety of iron and stainless household products. Established since 2014 and has six employees. The problem faced by Amanah Welding Workshop is that the revenue target has not been achieved due to a lack of promotion, the owner has not maximized social media as a form of promotion.

The purpose of this research is to obtain an overview of the promotion mix and efforts to increase sales volume to increase revenue and sales volume. This research uses a problem approach with business management theories, marketing mix, promotion mix and sales volume.

The method used in this research is a case study, the data obtained through descriptive analysis. The results of data processing obtained through interviews, questionnaires, literature study were analyzed descriptively. By using the Cartesian diagram the author can conclude which promotion mix indicators must be considered and improved or maintained by the Workshop.

The results of the study show that consumers expect the promotion provided by the Amanah Welding Workshop to be further enhanced so that consumers know the price and quality of products at the Amanah Welding Workshop. And maximize social media for wider promotions, not only Facebook and WhatsApp.

Keywords: Promotion Mix, Sales Volume, Welding Workshop

ABSTRAK

ROSANAH, 2023. Analisis Bauran Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Studi Kasus Pada UMKM Bengkel Las Amanah Jatinangor, di bawah bimbingan H. Dandan Irawan

Bengkel Las Amanah merupakan usaha kecil menengah yang menjual berbagai produk rumah tangga dari besi dan stainless. Berdiri sejak tahun 2014 dan telah memiliki enam orang pegawai. Permasalahan yang dihadapi Bengkel Las Amanah yaitu belum tercapainya target pendapatan yang disebabkan karena kurangnya promosi, pemilik belum memaksimalkan media sosial sebagai bentuk promosi.

Tujuan dari penelitian adalah untuk memperoleh gambaran tentang bauran promosi dan upaya meningkatkan volume penjualan untuk meningkatkan pendapatan dan volume penjualan penelitian ini menggunakan pendekatan masalah dengan teori-teori manajemen bisnis, bauran pemasaran, bauran promosi dan volume penjualan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, data yang diperoleh melalui dianalisis deskriptif. Hasil pengolahan data yang diperoleh melalui wawancara, kuesioner, studi pustaka dianalisis secara deskriptif. Dengan menggunakan diagram Kartesius penulis bisa menyimpulkan indikator-indikator bauran promosi mana saja yang harus diperhatikan dan ditingkatkan atau dipertahankan oleh Bengkel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa para konsumen mengharapkan promosi yang diberikan Bengkel Las Amanah lebih ditingkatkan lagi agar para konsumen mengetahui harga dan kualitas produk-produk di Bengkel Las Amanah. Dan lebih memaksimalkan media sosial untuk promosi yang lebih luas tidak hanya Facebook dan WhatsApp saja.

Kata kunci : Bauran Promosi, Volume Penjualan, Bengkel Las

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan limpahan rezeki dan keberkahan tiada henti kepada kita selaku hambanya. Penulis sadar banyak hambatan dan rintangan ketika menulis skripsi ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan penulis, tetapi dengan adanya dorongan dan bantuan dari semua pihak skripsi ini dapat selesai sesuai jadwal yang ditentukan.

Pada kesempatanyang berbahagia ini, ijinkan penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Dandan Irawan, SE.,M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Ir. Hj. Nanik Risnawati, MS selaku penelaah/penguji konsentrasi atas bimbingan dan arahannya.
3. Bapak Drs. H. Iwan Mulyana,SE., M.Sc selaku penelaan/penguji koperasi atas bimbingan dan arahannya.
4. Para dosen pengajar yang telah banyak memberikan ilmu yang sangat berharga bagi penulis.
5. Seluruh pimpinan dan staff Tenaga Kependidikan Progam Studi S1 Manajemen Ikopin yang telah memberikan kemudahan dan bantuan kepada penulis.

6. Orang tua, terutama bapak yang selalu mendukung dan memberikan doa dan semangat, dan ibu yang tak henti mendoakan.
7. Karyawan dan konsumen Bengkel Las Amanah, terima kasih atas bantuannya.
8. Sahabat-sahabat terbaik yang selalu ada untuk saya selama ini: Hanan Puspita, Sri Alyanti, Elis Maryani, Marina Elsera, Ire Niza. Tak lupa saudara terbaik Nana, Rani Nuraeni, Tiara Agustina, Nova Mawar senja, Ria Apriani dan Teh Windi selalu mensupport.
9. Seluruh kader DKM yang selalu memberikan dukungan dan doa, Terima kasih Maryam Noer, Nida, Dede H, Riya F, Ira K, Hani, Restu, Holipah, Cici, Chintya, Rezantia, Tantri, Siti Sanya, dan seluruh Staff DKM yang telah banyak membantu.

Akhirnya penulis berharap semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa sesungguhnya skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.

Mudah- mudahan skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis umumnya bagi pembaca.

Jatinangor, 2023

Penulis

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	i
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.3.1 Maksud Penelitian	7
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.4.1 Aspek Teoritis	7
1.4.2 Aspek Praktis.....	8
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN.....	9
2.1 Pendekatan Masalah	9

2.1.1 Pendekatan Manajemen Bisnis	9
2.1.2 Pendekatan Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.3 Pengertian Bauran Promosi	21
2.1.4 Pendekatan Volume Penjualan	28
2.2 Metode Penelitian.....	28
2.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan.....	29
2.2.2 Data Yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	29
2.2.3 Sumber Data Dan Cara Menentukan Sumber Data	30
2.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	31
2.2.5 Analisis Data.....	31
2.2.6 Tempat penelitian	35
2.2.7 Jadwal Penelitian.....	35
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	36
3.1 Sejarah Bengkel Las Amanah	36
3.2 Kegiatan Usaha Bengkel Las Amanah	36
3.3 Keadaan Pasar	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Identitas Responden	40
4.2 Bauran Promosi Yang Di Terapkan Di Bengkel Las Amanah.....	42

4.3 Tanggapan dan Harapan Responden Terhadap Bauran Promosi Yang Diterapkan Di Bengkel Las	45
4.4 Upaya-Upaya Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan.	57
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Simpulan.....	60
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 2 Data Realisasi Pendapatan Bengkel Las Amanah	2
Tabel 1. 1 Nama Bengkel Las di Kecamatan Jatinangor	4
Tabel 2. 1 Pengukuran Dari Masing-Masing Indikator	34
Tabel 2. 2 Rekapitulasi Hasil Responden	34
Tabel 3. 1 Produk Yang Dijual Oleh Bengkel Las Amanah	39
Tabel 4. 1 Identitas Responden Usia.....	40
Tabel 4. 2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4. 3 Identitas Responden Berdasarkan Alamat	41
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Mengenai Pemilik Melakukan Promosi Lewat Facebook	46
Tabel 4. 5 Harapan Responden Mengenai Pemilik Melakukan Promosi Lewat Facebook	46
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Mengenai Promosi Lewat Whatsapp.....	47
Tabel 4. 7 Harapan Responden Mengenai Promosi Lewat Whatsapp	47
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Mengenai Adanya Potongan Harga.....	48
Tabel 4. 9 Harapan Responden Mengenai Adanya Potongan Harga	49
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Mengenai Adanya Komisi 2.5%.....	49
Tabel 4. 11 Harapan Responden Mengenai Adanya Komisi 2.5%.....	50
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Mengenai Melakukan Door To Door	50
Tabel 4. 13 Harapan Responden Mengenai Melakukan Door To Door	51
Tabel 4. 14 Tanggapan Responden Melakukan Kerja Sama Dengan Instansi/Kontraktor.....	52

Tabel 4.15 Harapan Responden Melakukan Kerja Sama Dengan Instansi/Kontraktor.....	52
Tabel 4. 16 Tanggapan Responden Memberitahukan Informasi Kualitas Produk Ke Konsumen (Memperlihatkan Review Konsumen).....	53
Tabel 4. 17 Harapan Responden Memberitahukan Informasi Kualitas Produk Ke Konsumen (Memperlihatkan Review Konsumen).....	54
Tabel 4. 18 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Tentang Bauran Promosi	55
Tabel 4. 19 Rekapitulasi Hasil Harapan Responden Tentang Bauran Promosi....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Kartesius.....	35
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Bengkel Las Amanah	38
Gambar 3. 2 Alur Distribusi Bengkel Las Amanah	38
Gambar 4. 1 Cara promosi lewat Facebook	43
Gambar 4. 2 Gambar promosi lewat whatsApp	44
Gambar 4. 3 Diagram Kartesius.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Pedoman Kuisisioner	63
LAMPIRAN 2 Harapan Konsumen	65
LAMPIRAN 3 PEDOMAN WAWANCARA.....	66
LAMPIRAN 4 Hasil Kuisisioner.....	67
LAMPIRAN 5 KATALOG.....	69
LAMPIRAN 6 Dokumentasi	70