

ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA
INDUSTRI RUMAHAN KLANTING CARI RASA PRINGSEWU
TAHUN 2019

(Skripsi)

Oleh

RAHMA DEWI SETYOWATI



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PRINGSEWU
PRINGSEWU-LAMPUNG
TAHUN 2020

ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA INDUSTRI
RUMAHAN KLANTING CARI RASA PRINGSEWU TAHUN 2019

(Skripsi)

Oleh

RAHMA DEWI SETYOWATI

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar

SARJANA EKONOMI

Pada

Jurusan Manajemen

Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PRINGSEWU
PRINGSEWU-LAMPUNG
TAHUN 2020

ABSTRAK

RAHMA DEWI SETYOWATI, Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Industri Rumahan Klanting Cari Rasa Pringsewu Tahun 2019 (Di bawah bimbingan Drs. H. Suminto Affandi, M.M. sebagai pembimbing I, dan Nasyi'atun Inayati Utami, S.E., M.M. sebagai pembimbing II), xiii + 39 halaman + 3 tabel + 1 gambar dan 12 lampiran.

Setiap perusahaan baik itu produk maupun jasa pasti memiliki strategi pemasaran yang digunakan untuk bertahan dalam ketatnya persaingan dan juga meningkatkan laba perusahaannya, salah satu strategi pemasaran yang bisa digunakan adalah strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Industri Rumahan Klanting Cari Rasa merupakan salah satu industri rumahan yang ada di Pringsewu yang bergerak di bidang camilan.

Masalah pada penelitian ini adalah ada beberapa komponen dari strategi bauran pemasaran 4P yang belum dilaksanakan secara maksimal pada Industri Rumahan Klanting Cari Rasa.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Bagaimana strategi bauran pemasaran yang dilaksanakan di Industri Rumahan Klanting Cari Rasa? Untuk mengetahui bagaimana strategi bauran pemasaran yang dilaksanakan di Industri Rumahan Klanting Cari Rasa Pringsewu.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan pengumpulan datanya menggunakan metode wawancara dan observasi dengan instrumen pengumpul data berupa panduan wawancara dan panduan observasi. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik Industri Rumahan Klanting Cari Rasa dengan sampel dalam penelitian ini adalah pemilik Industri Rumahan Klanting Cari Rasa sebagai satu-satunya orang yang lebih mengetahui tentang strategi bauran pemasaran pada Industri Rumahan Klanting Cari Rasa, sehingga dalam pengambilan sampelnya penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling dengan jenis sampling jenuh.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa strategi bauran pemasaran yang dilaksanakan di Industri Rumahan Klanting Cari Rasa sudah cukup baik, dimana strategi bauran pemasaran yang dilaksanakan di Industri Rumahan Klanting Cari Rasa lebih banyak yang sesuai dengan indikator strategi bauran pemasaran yaitu strategi bauran pemasaran tidak boleh statis, strategi bauran pemasaran tak boleh meniru dan strategi bauran pemasaran bertujuan jangka panjang, sedangkan yang tidak sesuai lebih sedikit yaitu strategi bauran pemasaran harus seimbang dan strategi bauran pemasaran berdasarkan pengalaman pemilik.

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN
PADA INDUSTRI RUMAH KLANTING CARI RASA
PRINGSEWU TAHUN 2019**

Nama Mahasiswa : **RAHMA DEWI SETYOWATI**

No. Pokok Mahasiswa : 16010007

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis



MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

Pembimbing I,

Drs. Hi. Suminto Affandi, M.M.
NIDN 9902006077

Pembimbing II,

Nasyi'atun Inayati Utami, S.E., M.M.
NIDN 0209029201

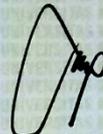
2. Ketua Program Studi Manajemen

Dewi Mariam Widiniarsih, S.E., M.M.
NIDN 0219088804

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

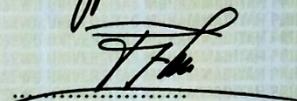
Ketua : Drs. Hi. Suminto Affandi, M.M.



Sekretaris : Nasyi'atun Inayati Utami, S.E., M.M.



Penguji Utama : Fatoni, S.E., M.M.



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Muhammadiyah Pringsewu Lampung



Sapto Yuwono, S.Pd., M.M.
NBM 672194



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Juni 2020

Kupersembahkan skripsi ini kepada :

- Ibundaku Eti Susilawati dan
Ayahandaku Teguh Setyo Wahono
- Adikku tercinta Dinta Adelia Putri
- Almamater Universitas Muhammadiyah
Pringsewu (UMPRI) Lampung

MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)”

(Q.S Al Insyirah: 6-7)

RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir di Pekon Pringsewu, pada tanggal 23 Mei 1998, anak pertama dari dua bersaudara, dari pasangan Bapak Teguh Setyo Wahono dan Ibu Eti Susilawati.

Pendidikan yang pernah ditempuh :

1. SD Swasta Citra Insani, tamat tahun 2010
2. SMP Negeri 1 Pringsewu, tamat tahun 2013
3. SMA Negeri 1 Pringsewu, tamat tahun 2016
4. Sejak tahun 2016 Kuliah di STIE Muhammadiyah Pringsewu dan saat ini sudah menjadi Universitas Muhammadiyah Pringsewu

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan rasa syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena hanya rahmat dan hidayahNya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat mencapai Gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen di Universitas Muhammadiyah Pringsewu. Dengan selesainya skripsi ini tak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Drs. H. Wanawir Am, M.M., M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
2. Sapto Yuwono, S.Pd., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
3. Dewi Mariam Widiniarsih, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
4. Drs. H. Suminto Affandi, M.M. selaku Dosen Pembimbing 1
5. Nasyi'atun Inayati Utami, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing 2
6. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
7. Teman-teman seperjuangan yang tidak bisa kusebutkan satupersatu, yang selalu menyemangati dan membantu dalam proses mengerjakan skripsi ini. Terimakasih atas canda tawa, tangis, dan perjuangan yang telah kita lewati bersama.

8. Serta pihak lain yang ikut membantu dalam penyelesaian proposal ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan, dan semoga tulisan yang sederhana ini dapat memberikan manfaat.

Pringsewu, 30 Juni 2020

Penulis

Rahma Dewi Setyowati

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Ruang Lingkup Penelitian	4
D. Tujuan dan Kegunaan	5
 BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA PIKIR, DAN HIPOTESIS	
A. STRATEGI BAURAN PEMASARAN	6
1. Pengertian Strategi.....	6
2. Pengertian Strategi Pemasaran	7
3. Variabel Strategi Pemasaran	8
4. Pengertian Strategi Bauran Pemasaran	10
5. Komponen Strategi Bauran Pemasaran	11
6. Indikator Strategi Bauran Pemasaran	14

B. KERANGKA PIKIR	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Metode Penelitian	18
B. Definisi Operasional Penelitian	18
C. Metode Pengumpulan Data	19
D. Instrumen Penelitian	20
E. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	21
F. Metode Analisis Data	22
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Situasi dan Kondisi tempat penelitian	23
B. Pengumpulan dan Penyajian Data	23
C. Analisis Data	28
D. Pembahasan Hasil Penelitian	34
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	36
B. Saran	37
DAFTAR PUSTAKA	38
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Strategi Bauran Pemasaran di Industri Rumahan Klanting Cari Rasa	3
Tabel 4.1 Data Hasil Wawancara Tentang Indikator Strategi Bauran Pemasaran	24
Tabel 4.2 Data Hasil Wawancara Tentang Komponen Strategi Bauran Pemasaran	25

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pikir Strategi Bauran Pemasaran	17