

RINGKASAN

SAYYIDAH SAKINAH ANGGUN ANDANIA. 105040101111079. Pengaruh Bauran Promosi terhadap Peningkatan Volume Penjualan dan Keuntungan Eskulpi (Riset Aksi di *Home Industry* Es Krim Kulit Pisang di Kota Malang). Di bawah bimbingan Ir. Heru Santoso Hadi S., SU. dan Dwi Retno A., SP., MP.

Perkembangan dunia bisnis pada saat ini sangat kompleks dan kompetitif. Produsen berlomba-lomba untuk berinovasi dan menciptakan hal baru demi mempertahankan konsumennya. Menurut Samigun (2014) bahwa di tahun 2011 hingga 2013 terdapat 15 unit usaha es krim di Kota Malang. Ketatnya persaingan membuat *home industry* es krim kulit pisang harus dapat meyakinkan masyarakat bahwa kandungan gizi dan manfaat yang diberikan lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Peranan pemasaran produk menjadi bagian yang paling penting. Melalui promosi perusahaan dapat mengenalkan produk yang dihasilkan kepada calon konsumen.

Menurut Budiarto Subroto (2011), bauran promosi terdiri dari periklanan (*advertising*), hubungan masyarakat (*publicity*), penjualan perorangan (*personal selling*), pemasaran langsung (*direct marketing*), dan promosi penjualan (*sales promotion*). Adanya bauran promosi dapat meningkatkan volume penjualan Eskulpi. Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah (1) Menganalisis pengaruh bauran promosi terhadap peningkatan volume penjualan *home industry* es krim kulit pisang di Kota Malang (2) Menganalisis Biaya dan keuntungan yang diperoleh *home industry* Eskulpi di Kota Malang.

Hipotesis hasil penelitian adalah (1) Diduga bauran promosi yang terdiri dari periklanan, penjualan perorangan, dan *direct marketing* pengaruh positif terhadap peningkatan volume penjualan Eskulpi (2) Diduga keuntungan yang didapatkan dapat menutupi biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Penelitian ini dilaksanakan pada *home industry* es krim kulit pisang di Kota Malang, Jawa Timur. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Pertama perusahaan yang memiliki produk inovatif yaitu es krim kulit pisang dengan latar belakang usaha yang masih baru berdiri dan perlu dilakukannya penelitian sebagai bahan evaluasi perusahaan.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Tujuan dari penggunaan alat analisis regresi linier berganda adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas penelitian secara simultan maupun secara parsial terhadap variabel terikat pada penelitian.

Hasil dari penelitian yang dilakukan adalah variabel pameran dagang merupakan variabel yang paling dominan dengan nilai koefisien variabel sebesar 11.098. Variabel *facebook* menunjukkan hasil yang negatif dengan nilai koefisien variabel sebesar -1.739. Variabel brosur menunjukkan nilai koefisien 4.099. hal tersebut menunjukkan bahwa variabel pameran dagang harus dipertahankan, sedangkan variabel brosur harus ditingkatkan, dan variabel *facebook* dapat dikurangi atau dapat juga dialihkan ke bauran promosi yang lain.

SUMMARY

SAYYIDAH SAKINAH ANGGUN ANDANIA. 105040101111079. The influence of the promotional Mix to increased sales volumes and profits Eskulpi (Research action in the Home Industry ice cream banana peels in Malang). Under the guidance of Ir. Heru Santoso Hadi S., SU. and Dwi Retno Andriani, SP, MP.

The development of a business at the current is very complex and competitive. Producers compete in to innovate and create a new thing for the sake of maintaining its consumers. According to samigun (2014) that in 2011 and 2013 there are 15 business unit ice cream in the city of unfortunate. Increasingly fiercer competition make home industry ice cream the skin of a banana should be able to convince the public that the content of nutrition and a benefit given superior compared to rival islamists. The role of its marketing be the most important thing. Via a promotion company can introduce a product produced to potential customers.

According to Budiarto Subroto (2011), promotion mix consists of advertising, public relations, personal selling, direct marketing, and sales promotio. The existence of a promotional mix can increase sales volume Eskulpi. Based on problems that have been raised, then the purpose of this research are (1) to analyse the influence of the promotional mix of home industry sales volume increase in ice cream banana peels in Malang (2) Analyze the cost and advantages of home industry Eskulpi promotion mix in the city of Malang.

Hypothesis of research results are (1) allegedly hotchpotch promotion consisting of advertising, the sale of individuals and direct marketing a positive influence on the rise in sales eskulpi (2) allegedly any advantage gained can cover expenses incurred by companies.

This research was carried out on the home industry ice-cream banana peels in Malang, East Java. Site selection is done deliberately (purposive) with the consideration that the First companies that have innovative products namely ice cream banana skin with a business background who are new to stand up and he had to do the research for the evaluation of the company.

An instrument analysis used in this research is linear regression worship of idols. The purpose of the use of a linear regression analysis worship of idols is to know variable influence free research simultaneously or by partial against variable bound to research.

The results of research that is done is variable variable trade exhibition is the most dominant with the value of the coefficients variable of 11.098. Variable facebook indicating the result of a negative with the value of the coefficients variable of -1.739. Variable brochures indicate its value of the coefficients 4.099. It is indicated that variable trade exhibition maintained, should be c should be improved, while the variables of a leaflet and variable facebook can be reduced or may be diverted to hotchpotch promotion another.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga laporan skripsi dengan judul **“Pengaruh Bauran Promosi terhadap Peningkatan Volume Penjualan dan Keuntungan Eskulpi (Penelitian Aksi di *Home Industry* Es Krim Kulit Pisang di Kota Malang)”** dapat diselesaikan. Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan menyelesaikan perkuliahan di Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya.

Dalam kesempatan ini, mahasiswa berkenan menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta serta keluarga yang senantiasa mendukung dan memberi doa.
2. Bapak Prof. Ir. Sumeru Ashari, M. Agr. Sc. Ph. D. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang.
3. Bapak Dr. Ir. Syafrial, MS. selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian
4. Bapak Ir. Heru Santoso Hadi S., SU. selaku Dosen Pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan sasaran selama penyusunan skripsi
5. Ibu Dwi Retno Andriani, SP. MP. selaku Dosen Pembimbing pendamping yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran selama penyusunan skripsi
6. Seluruh pihak yang telah membantu yang tidak dapat disebutkan satu persatu

Mahasiswa senantiasa menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun senantiasa diharapkan, dengan iringan doa mudah-mudahan penulisan ini bisa bermanfaat dalam pengembangan pengetahuan dan bagi pembaca.

Malang, Juli 2014

Mahasiswa

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Sayyidah Sakinah Anggun Andania yang dilahirkan di Tulungagung pada tanggal 26 Februari 1992. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara, dari ayah bernama Slamet Sayudi dan ibu bernama Latief Zumaila.

Pada tahun 1996 penulis memulai pendidikan di TK Dharmawanita Simo Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung selama tiga tahun dan selesai pada tahun 1999. Penulis melanjutkan pendidikan sekolah dasar di SDN Simo, Tulungagung hingga tahun 2000. Pada tahun 2000 penulis pindah ke SDN Ploso I Kabupaten Kediri selama satu tahun dan pindah lagi ke SDN Simo pada tahun 2001 sampai lulus pada tahun 2004. Penulis melanjutkan sekolah menengah pertama di SMPN 2 Kabupaten Tulungagung dan selesai pada tahun 2007. Kemudian melanjutkan sekolah menengah atas di SMAN 1 Kedungwaru Tulungagung dan Selesai pada tahun 2010. Pada tahun 2010 penulis melanjutkan studi di Universitas Brawijaya, Fakultas Pertanian, Jurusan Sosial Ekonomi, Program Studi Agribisnis.



DAFTAR ISI

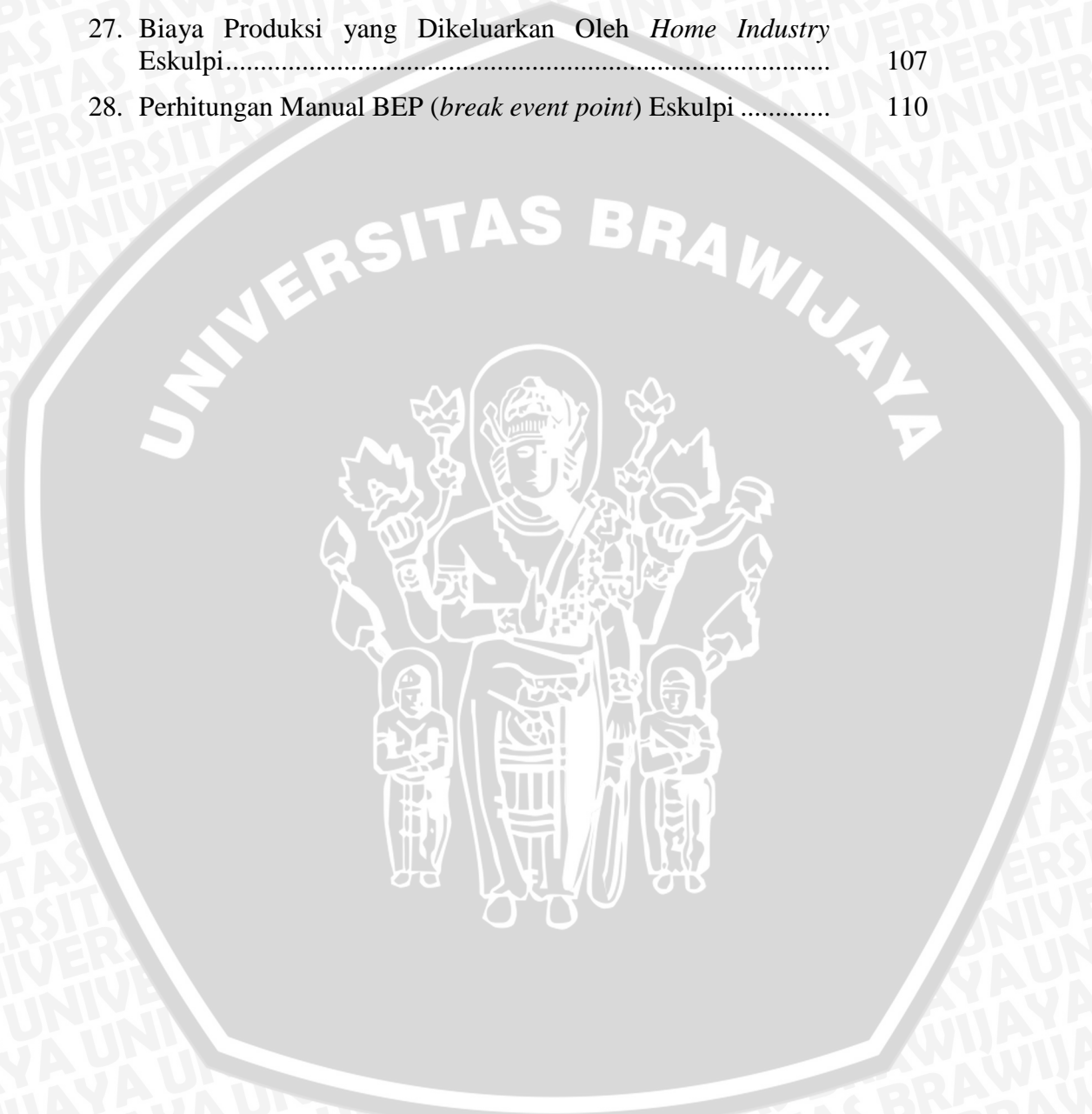
	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	ii
KATA PENGANTAR	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Tujuan	5
1.4. Manfaat	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	6
2.2. Pengertian Riset Aksi	8
2.2.1. Model Riset Aksi	10
2.2.2. Tahapan Riset Aksi	12
2.2.3. Jenis Riset Aksi	13
2.2.4. Tujuan Riset Aksi	13
2.3. Pengertian Pemasaran	14
2.3.1. Manajemen Pemasaran	15
2.3.2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	16
2.3.3. Komunikasi Pemasaran	31
2.4. Pengertian Volume Penjualan	33
2.5. Hubungan Bauran Promosi dengan Volume Penjualan	34
III. KERANGKA KONSEP PENELITIAN	
3.1. Kerangka Pemikiran	36
3.2. Hipotesis Penelitian	40
3.3. Batasan Masalah	40
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	41

IV. METODE PENELITIAN	
4.1. Rencana Kerja Penelitian	46
4.2. Waktu Penelitian dan Detail Metode Analisis Data	50
4.2.1. Analisis Deskriptif	50
4.2.2. Analisis Statistik Inferensial	51
4.2.3. Analisis Keuangan	67
V. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	
5.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	60
5.1.1. Sejarah singkat <i>Home industry</i> Eskulpi	60
5.1.2. Visi dan Misi <i>Home industry</i> Eskulpi	63
5.1.3. Struktur Organisasi <i>Home industry</i> Eskulpi	64
5.1.4. Lokasi Perusahaan <i>Home industry</i> Eskulpi	65
5.1.5. Proses Produksi Eskulpi	66
5.2. Gambaran Umum Pemasaran <i>Home industry</i> Eskulpi	70
5.3. Analisis Pengaruh Bauran Promosi terhadap Volume Penjualan Eskulpi	74
5.3.1. Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik	74
5.3.2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	79
5.4. Target Promosi dan Pengaruh Bauran terhadap Volume Penjualan	85
5.5. Analisis Biaya dan Keuntungan Eskulpi	107
5.5.1. Biaya dan Keuntungan <i>Home industry</i> Eskulpi	107
5.5.2. Perencanaan Kapasitas <i>Home industry</i> Eskulpi	112
5.6. Implikasi	113
VI. PENUTUP	
6.1. Kesimpulan	115
6.2. Saran	116
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN	121

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Karakteristik Umum dan Contoh Alat Yang dapat Digunakan untuk Masing-Masing Elemen Bauran Promosi	30
2.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	43
3.	Rencana Kerja Penelitian Promosi Es krim Kulit Pisang	47
4.	Rentang Nilai d Durbin-Watson.....	54
5.	Penjualan Es Krim Kulit Pisang Tahun 2012-2014	70
6.	Uji Multikolinieritas	75
7.	<i>Output</i> Hasil Adjusted R ² Uji Autokorelasi	76
8.	<i>Output</i> hasil Anova Uji Autokorelasi.....	76
9.	<i>Output</i> Hasil <i>Coefficients</i> Uji Autokorelasi	77
10.	<i>Output</i> Hasil Anova Terhadap X1 Uji Linieritas.....	78
11.	<i>Output</i> Hasil Anova Terhadap X2 Uji Linieritas.....	78
12.	<i>Output</i> Hasil Anova Terhadap X3 Uji Linieritas.....	79
13.	<i>Coefficients</i>	80
14.	Hasil Uji t Bauran Promosi terhadap Volume Penjualan	81
15.	Hasil Uji F Bauran Promosi terhadap Volume Penjualan	82
16.	Hasil Uji Determinasi (R ²) Bauran Promosi terhadap Volume Penjualan	83
17.	Frekuensi Aktifitas Promosi Penjualan Eskulpi Malang (Mei 2012- Januari 2014).....	86
18.	Realita dan Target Promosi Menurut Indikator.....	89
19.	Perbandingan antara Realita dan Target (Volume Penjualan dan Profit) Eskulpi Rata-Rata 21 Bulan.....	90
20.	Volume Penjualan Eskulpi Malang (Mei 2012- Januari 2014) ...	91
21.	Total Penjualan dan Varian Rasa Eskulpi yang Sering Dibeli pada Bulan September 2013.....	93
22.	Total Penjualan dan Varian Rasa Eskulpi yang Sering Dibeli pada Bulan Oktober 2013.....	96
23.	Total Penjualan dan Varian Rasa Eskulpi yang Sering Dibeli pada Bulan November 2013.....	98
24.	Total Penjualan dan Varian Rasa Eskulpi yang Sering Dibeli pada Bulan Desember 2013.....	100

Nomor	Teks	Halaman
25.	Total Penjualan dan Varian Rasa Eskulpi yang Sering Dibeli pada Bulan Januari 2014	102
26.	Volume Penjualan Eskulpi Wilayah Ponorogo	105
27.	Biaya Produksi yang Dikeluarkan Oleh <i>Home Industry</i> Eskulpi.....	107
28.	Perhitungan Manual BEP (<i>break event point</i>) Eskulpi	110



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Skema Model Komunikasi Pemasaran.....	32
2.	Skema Kerangka Pemikiran Bauran Promosi terhadap Volume Penjualan Eskulpi	39
3.	Skema Alur Pra Penelitian Pengaruh Bauran Promosi terhadap Volume Penjualan dan Keuntungan Eskulpi 2014.....	45
4.	Skema Proses Pembuatan Hak Paten Eskulpi	62
5.	Logo Eskulpi Sebelum dan Sesudah Dipatenkan.....	63
6.	Skema Proses Pembuatan Es krim Kulit Pisang	66
7.	Grafik Normal P-P Plot.....	74
8.	Grafik <i>Scatterplot</i>	75
9.	Grafik Volume Penjualan Eskulpi Mei 2012-Januari 2014 Malang.....	92
10.	Total penjualan dan varian rasa Eskulpi yang sering dibeli pada bulan September 2013	95
11.	Total penjualan dan varian rasa Eskulpi yang sering dibeli pada bulan Oktoberber 2013	97
12.	Total penjualan dan varian rasa Eskulpi yang sering dibeli pada bulan November 2013.....	99
13.	Total penjualan dan varian rasa Eskulpi yang sering dibeli pada bulan Desember 2013	101
14.	Total penjualan dan varian rasa Eskulpi yang sering dibeli pada bulan Januari 2014	103
15.	Diagram Batang Hasil Riset Aksi Eskulpi Bulan September 2013- Januari 2014 Malang.....	104

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Data Analisis Regresi Linier Berganda.....	121
2.	Hasil Uji Autokorelasi.....	122
3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	123
4.	Hasil Uji Linearitas	127
5.	Hasil Uji Normalitas.....	130
6.	Hasil Uji Multikolinearitas	132
7.	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	133
8.	Surat Permohonan Pendaftaran HAKI	136
9.	Logo Perusahaan	137
10.	Dokumentasi.....	138
11.	Data Keuangan Eskulpi Malang Mei 2012-Januari 2014	142
12.	Data Rincian Volume Penjualan Eskulpi Malang Mei 2012- Januari 2014	143
13.	Struktur Organisasi <i>Home Industry</i> Eskulpi.....	144
14.	Denah Lokasi Home Industry Eskulpi	145

