

## RINGKASAN

**Tiara Dika Ashari. 10504010111161.** Pengaruh Pelaksanaan Bauran Promosi Terhadap Omzet Penjualan Keripik Tempe Burung Swari di Kota Malang (Studi Kasus di UD. Sumber Jaya, Malang, Jawa Timur). Di bawah bimbingan Prof. Dr. Ir. Budi Setiawan, MS. dan Dina Novia P., SP., M.Si.

---

Adanya globalisasi di bidang ekonomi menyebabkan peningkatan dan kemajuan di setiap aspek yang mengharuskan produsen dapat bertahan dan bersaing dengan produk yang serupa. Untuk menghadapi hal tersebut, peranan pemasaran produk menjadi bagian yang paling penting selain dengan cara membuat keunggulan produk. Melalui promosi perusahaan dapat mengenalkan produk yang dihasilkan kepada calon konsumen.

Kota Malang merupakan kota yang terkenal akan produk tempe, selain itu produk olahan dari tempe yaitu kripiik tempe juga terkenal di kota ini. Salah satu perusahaan kripiik tempe di Sanan, Kota Malang adalah kripiik tempe Burung Swari. Menurut Hiam dan Schewe (2003), bauran promosi terdiri dari periklanan (*advertising*), hubungan masyarakat (*publicity*), penjualan perorangan (*personal selling*) dan promosi penjualan (*sales promotion*). Adanya bauran promosi dapat meningkatkan volume penjualan kripiik tempe. Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah (1) Mendeskripsikan bauran promosi yang dilakukan Perusahaan Burung Swari selama tahun 2013 (2) Menganalisis pengaruh variabel bauran promosi secara simultan terhadap omzet penjualan produk kripiik tempe Burung Swari pada tahun 2013 (3) Menganalisis pengaruh variabel bauran promosi secara parsial terhadap omzet penjualan produk kripiik tempe Burung Swari pada tahun 2013.

Hipotesis hasil penelitian adalah (1) Diduga bauran promosi yang diterapkan memiliki pengaruh positif secara simultan terhadap omzet penjualan kripiik tempe Burung Swari pada tahun 2013 (2) Diduga variabel periklanan memiliki pengaruh positif terhadap omzet penjualan kripiik tempe Burung Swari pada tahun 2013 (3) Diduga variabel promosi penjualan memiliki pengaruh positif terhadap omzet penjualan kripiik tempe Burung Swari pada tahun 2013 (4) Diduga variabel penjualan perorangan memiliki pengaruh positif terhadap omzet penjualan kripiik tempe Burung Swari pada tahun 2013 (5) Diduga variabel hubungan masyarakat memiliki pengaruh positif terhadap omzet penjualan kripiik tempe Burung Swari pada tahun 2013.

Penelitian dilakukan di gerai Kripiik Tempe Burung Swari yang berlokasi di Jl. Tumenggung Suryo, Ruko Sanan 86 Kav D, Malang. Penentuan lokasi ini ditentukan secara *purposive* dengan pertimbangan bahwa perusahaan ini telah lama bergerak di bidang pengolahan tempe menjadi kripiik tempe dari tahun 2000 dan dapat bertahan serta cukup terkenal diantara banyak pesaing kripiik tempe yang ada di Kota Malang.

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 periklanan merupakan variabel yang paling dominan dengan nilai B sebesar 6,801. Variabel hubungan

masyarakat menunjukkan hasil yang negatif dengan nilai B sebesar -2,811 Variabel periklanan harus dipertahankan, sedangkan variabel hubungan masyarakat dapat dikurangi biaya atau dapat juga dengan dialihkan ke bauran promosi yang lain.





## SUMMARY

**Tiara Dika Ashari. 10504010111161.** The Affect of Promotion Mix to Burung Swari Tempe Chips Selling Omzet in Malang City (Case Study in UD. Sumber Jaya, Malang, East Java). Supervisor Prof. Dr. Ir. Budi Setiawan, MS. and Dina Novia P., SP., M.Si.

---

Economic globalization led to the improvement and advancement in every aspect that requires manufacturers to survive and compete by similar products. To deal with this, the role of marketing products becomes the most important part besides by creating a product advantages. Through the promotion, the company can introduce the products to prospective customers.

Malang is a city that known for soybean products, tempe chips are also known in this city beside of soybean. One of the tempe company's chips in Sanan, Malang is Burung Swari. According to Hiam and Schewe (2003), the promotion mix consists of advertising, public relations, personal selling and sales promotion. The existence of the promotion mix may increase sales volume of tempe chips.

Based on the issues that have been raised, then the purposes of this research are (1) To describe promotional mix that Burung Swari Company use in 2013 (2) To analyze the effect of promotional mix variables to selling omzet simultaneously in 2013 (3) To analyze the effect of promotional mix variables to selling omzet partially in 2013.

Hypothesis of the research are (1) Alegadly promotional mix that already done have the positif affect to selling omzet of tempe chips Burung Swari silmutaneously in 2013 (2) Alegadly advertising variable have positive affect to selling omzet of tempe chips Burung Swari in 2013 (3) Alegadly sales promotion variable have positive affect to selling omzet of tempe chips Burung Swari in 2013 (4) Alegadly personal selling variable have positive affect to selling omzet of tempe chips Burung Swari in 2013 (5) Alegadly public relation variable have positive affect to selling omzet of tempe chips Burung Swari in 2013

Research was done in Tempe Burung Swari chips outlets located on Jl. Tumenggung Suryo, Ruko Sanan D Kav 86, Malang. Determination of the location chosen purposively considering that the company has long been in the field of processing into tempe chips from 2000 and it can survive and quite famous among many competitors tempe chips in Malang City.

Analysis tool that is used in this study is multiple linier regression. The purpose from use multiple linier regression analysis is to determine the effect of independent variables on the dependent variable in the research study.

The results of the research done are the variable of advertising is the most dominant variable with a value of B amounting to 6,801. Variable showed a negative of publicity to the value B of -2,811. Variable of advertising must be maintained, while the variable of public relation costs can be reduced or can also use other variable of promotion mix.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga laporan skripsi dengan judul "**Pengaruh**

**Pelaksanaan Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Kripik Tempe Burung Swari 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. Prof. Dr. Ir. Budi Setiawan, MS. Selaku Dosen Pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan sasaran selama penyusunan skripsi
5. Ibu Dina Novia P. SP., M.Si. selaku Dosen Pembimbing pendamping yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran selama penyusunan skripsi
6. Ibu Chalimatus Sa'diyah SE selaku pemilik UD. Sumber Jaya yang telah memberikan banyak informasi untuk kepentingan penelitian
7. 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, Maret 2014

Mahasiswa

### **RIWAYAT HIDUP**

Penulis bernama Tiara Dika Ashari, lahir di Jakarta pada tanggal 24 Juni 1992. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara, dari ayah bernama Katon Widada dan ibu bernama Srie Wurjandini

Pada tahun 1996 penulis memulai pendidikan di TK Mutiara 17 Agustus Bekasi selama dua tahun dan selesai pada tahun 1998. Penulis melanjutkan pendidikan sekolah dasar di SDN Mutiara 17 Agustus, Bekasi hingga tahun 2000. Pada tahun 2000 penulis pindah ke SDN Purwantoro I Kota Malang selama lima tahun dan lulus pada tahun 2004. Penulis melanjutkan sekolah menengah pertama di SMPN 3 Kota Malang dan selesai pada tahun 2007. Kemudian melanjutkan sekolah menengah atas di SMAN 3 Kota Malang 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
<b>RINGKASAN.....</b>	<b>i</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>x</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu	8
.....	
.....	
2.2 Tinjauan Pemasaran	9
.....	
2.3 Bauran Pemasaran.....	10
2.3.1 Produk ( <i>Product</i> )	10
.....	
.....	
2.3.2 Harga ( <i>Price</i> )	10
.....	
.....	
2.3.3 Tempat ( <i>Place</i> )	10
.....	
.....	



	2.3.4	Promosi	(Promotion)
10			
	2.4	Tinjauan	Promosi
11			
	2.4.1	Tujuan	Promosi
11			
	2.4.2	Bauran Promosi	(Promotional Mix)
12			
	2.5	Bauran Promosi	yang Efektif
15			
	2.6	Tahap-Tahap	alam Mengembangkan Bauran Promosi
16			
	2.7	Faktor-faktor	yang Mempengaruhi Bauran Promosi
18			
	2.8	Tinjauan	Penjualan
20			
	2.8.1	Jenis-Jenis	Penjualan
20			
	2.8.2	Tahap-Tahap	dalam Proses Penjualan

21	2.8.3	Volume	Penjualan
----	-------	--------	-----------

23	2.8.3	Hubungan Bauran Promosi Dengan Volume	Penjualan
----	-------	---------------------------------------	-----------

23

### III. KERANGKA TEORITIS

3.1	Kerangka Pemikiran	25
3.2	Hipotesis	29
3.3	Batasan Masalah	29
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	29

### IV. METODE PENELITIAN

4.1	Metode Penentuan Lokasi Penelitian	33
4.2	Metode Penentuan Responden	33
4.3	Metode Pengumpulan Data	33
4.4	Metode Analisis Data	34

### V. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

5.1	Gambaran Umum Perusahaan	41
5.1.1	Sejarah dan Lokasi Perusahaan	41
5.1.2	Struktur dan Organisasi Perusahaan	43
5.1.3	Tenaga Kerja	44
5.1.4	Bentuk Badan Usaha	44
5.1.5	Produk dan Harga Keripik Tempe Burung Swari	45
5.1.6	Kemasan dan Penggunaan Kardus	46
5.1.7	Daerah Pemasaran dan Saluran Distribusi	47
5.1.8	Pesaing	48
5.2	Pembahasan Hasil Penelitian	46
5.2.1	Bauran Promosi yang Digunakan	52
5.2.2	Omzet Penjualan Keripik Tempe Burung Swari Tahun 2013	57
5.2.3	Hasil analisis penelitian pengaruh pelaksanaan bauran promosi terhadap volume penjualan kripik tempe burung swari di kota malang	58
5.2.4	Interpretasi Hasil Penelitian	62
5.2.5	Perbandingan Hasil Analisis dengan Keadaan Sebenarnya	63
5.2.6	Implikasi Hasil Penelitian	68



VI. PENUTUP	
6.1 Kesimpulan.....	70
6.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA .....	72





**DAFTAR TABEL**

Nomor	Teks	Halaman
1.	<u>Perbandingan Antara Pemasaran Langsung Dan Periklanan</u>	
		14
2.	<u>Pengukuran Variabel Penelitian</u>	31
3.	<u>Rentang Nilai d Durbin-Watson</u>	40
4.	<u>Jenis, Netto dan Harga Produk Burung Swari</u>	45
5.	<u>Biaya Promosi Perusahaan Burung Swari Tahun 2013</u>	49
6.	<u>Omzet Penjualan Perusahaan Burung Swari Tahun 2013</u>	
		51
7.	<u>Hasil Analisis Uji Multikolinieritas Pada Variabel Bebas</u>	
		59
8.	<u>Hasil Uji t Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan</u>	
		60

**DAFTAR GAMBAR**

Nomor	Teks	Halaman
1.	<u>Tahap-Tahap Pengembangan Bauran Promosi</u>	17
2.	<u>Tahap-Tahap Proses Penjualan</u>	21
3.	<u>Grafik Hubungan Promosi dengan Penjualan</u>	24
4.	<u>Kerangka Pemikiran Penelitian Bauran Promosi Terhadap Omzet Penjualan Keripik Tmepe Burung Swari di Kota Malang.....</u>	
	.....	
5.	<u>Struktur Organisasi Perusahaan di UD. Sumber Jaya</u>	43
6.	<u>Proses Produksi Keripik Tempe Burung Swari</u>	45





**DAFTAR LAMPIRAN**

Nomor	Teks	Halaman
1.	Data Biaya Promosi dan Volume Penjualan.....	74
2.	<a href="#">Hasil Analisis dengan Menggunakan SPSS for windows</a>	75
3.	<a href="#">Dokumentasi</a>	77



