

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN
METODE *MARKETING MIX 7P***

(Studi Kasus : CV. NGREMBOKO KLATEN)



**Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk menyelesaikan Program Studi
Strata-1 Pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik**

Oleh :

ANANG BAGUS ARIYANTO

D 600 150 062

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN
METODE *MARKETING MIX 7P*
(Studi Kasus: CV NGREMBOKO KLATEN)**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh :

ANANG BAGUS ARIYANTO

D 600 150 062

Telah diperiksa dan disetujui oleh :

Dosen Pembimbing


MUNAJAT TRI NUGROHO, S.T., M.T., Ph.D
NIK. 810

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN
METODE *MARKETING MIX 7P*
(Studi Kasus: CV NGREMBOKO KLATEN)

OLEH

ANANG BAGUS ARIYANTO

D 600 150 062

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Jumat 15 November 2019
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Munajat Tri Nugroho, S.T., M.T., Ph.D
(Ketua Dewan Penguji)
2. Ir. Hafidh Munawir, S.T., M. Eng
(Anggota 1 Dewan Penguji)
3. Eko Setiawan, S.T., M.T., Ph.D
(Anggota 2 Dewan Penguji)

Munajat
(.....)
Hafidh
(.....)
Eko
(.....)

Dekan,



Sri Sunarjono
Ir. Sri Sunarjono, M.T., Ph.D., IPM

NIK. 682

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 15 November 2019

Penulis



ANANG BAGUS ARIYANTO

D 600 150 062

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE *MARKETING MIX 7P*

(Studi Kasus : CV. NGREMBOKO KLATEN)

Abstrak

CV. Ngremboko Klaten adalah perusahaan perseorangan yang didirikan oleh Bapak Marsono pada tahun 1999. CV ini bergerak dibidang tekstil dengan produk berupa handuk, kain ihrom, dan waslap. Untuk system penjualannya pada CV. Ngeremboko Klaten yaitu *make to order* dimana perusahaan memproduksi barang ketika adanya pemesanan. Permasalahan yang terjadi dalam perusahaan salah satunya terletak pada pemasaran, dimana pemasaran yang dilakukan hanya melakukan promosi dari mulut ke mulut, sehingga ruang lingkup penjualannya belum luas yang menyebabkan keuntungan perusahaan belum maksimal. Tujuan dari peneliti mengetahui penerapan *marketing mix 7P* serta guna menyusun strategi pemasaran. dalam penelitian ini menggunakan metode bauran pemasaran , *marketing mix* adalah variabel pemasaran yang bertujuan untuk penjualan produk supaya mendapat hasil yang maksimal, sedangkan bauran pemasaran terdiri dari produk, tempat, promosi, harga, lingkungan fisik, sumber daya manusia, proses. Berdasarkan dari uji validitas dan uji reliabilitas didapatkan hasil 0,71 untuk variable *process*, 0,5992 untuk variable *promotion*, 0,552 pada variable *place*, dan 0,5414 untuk variable *product*, sedangkan pada uji reliabilitas didapatkan hasil 0,788. Dapat disimpulkan bahwa dalam kedua uji tersebut data yang diambil *valid* dan reliabel.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, *Marketing Mix*, Validitas, Reliabilitas

Abstract

CV. Ngremboko Klaten is an individual company founded by Mr. Marsono in 1999. This CV is engaged in textiles with products in the form of towels, ihrom cloth, and washcloths. For the sales system on the CV. Ngeremboko Klaten is a make to order where the company produces goods when there is an order. One of the problems that occur in the company lies in marketing, where marketing is done only by word of mouth promotion, so that the scope of sales is not broad which causes the company's profit is not optimal. The aim of the researchers is to know the application of the 7P marketing mix and to develop marketing strategies. in this study using the marketing mix method, marketing mix is a marketing variable that aims to sell products in order to get maximum results, while the marketing mix consists of products, places, promotions, prices, physical environment, human resources, processes. Based on the validity and reliability tests the results obtained are 0.71 for the process variable, 0.5992 for the promotion variable, 0.552 for the variable place, and 0.5414 for the product variable, while the reliability test results for 0.788. It can be concluded that in both tests the data taken is valid and reliable.

Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix, Validity, Reliability

1. PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan aspek penting di dalam kegiatan bisnis. Pemasaran sendiri berperang penting dalam transaksi jual beli produk atau jasa antara produsen dengan konsumen. Di dalam system pemasaran sendiri membutuhkan strategi agar produk atau jasa yang dipasarkan nantinya bisa dibeli konsumen ataupun bisa bersaing dipasaran. Ketika strategi pemasaran dilakukan mampu memasarkan produk atau jasa dengan baik maka keuntungan yang akan didapatkan perusahaan akan maksimal.

CV. Ngremboko Klaten merupakan perusahaan yang dibentuk oleh Bapak Marsono di tahun 1999. Perusahaan ini terletak pada desa Ngendo, Jati Polanharjo Klaten, CV. Ngremboko Klaten sendiri memproduksi produk diantaranya handuk, kain ihrom serta waslap. Melihat pada keadaan industri pada zaman modern sekarang sebuah perusahaan harus bisa mengikuti alur dari perubahan zaman. Jika terlihat dari keadaan saat ini memang sulit untuk mengikuti perkembangan zaman tersebut. Maka seharusnya masing-masing dari perusahaan dapat menyiapkan strategi yang tepat sehingga nantinya berguna dalam menghadapi perkembangan zaman yang ada.

Mengacu dari uraian dan penjelasan diatas, penelitian ini ingin membuat strategi pemasaran tepat, guna meningkatkan produktivitas CV. Ngremboko Klaten agar dapat mengikuti perkembangan zaman. Dengan begitu perusahaan dapat bersaing dengan industri handuk lainnya. Pendekatan atau metode yang akan dilakukan pada penelitian ini adalah dengan metode *Marketing Mix 7P*.

Bauran pemasaran merupakan sekumpulan variabel dari metode pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mendapatkan hasil penjualan produk atau jasa yang maksimal. *Marketing Mix* yang akan digunakan pada penelitian menggunakan 7 variabel bauran pemasaran yang terdiri dari (Produk, tempat, promosi, sdm, lingkungan fisik, proses, dan harga).

2. METODE

Dilakukannya penelitian dengan melakukan observasi atau studi lapangan pada CV. Ngremboko Klaten, yang bertujuan untuk mencari tahu tentang proses yang dilakukan dan mencari permasalahan yang timbul pada CV. Ngremboko Klaten. Adapun tahapan penelitian sebagai berikut :

2.1 Identifikasi Masalah

Setelah dilakukannya studi lapangan atau observasi dan telah terkumpulnya informasi, kemudian tahap selanjutnya adalah mengidentifikasi masalah yang didapatkan dari observasi dan dari refrensi oleh peneliti. Maka akan didapatkan rumusan masalah, dari mana akan dimulai, bagaimana cara menyelesaikannya dan apa cara untuk menyelesaikannya.

- a. Studi lapangan yang dilakukan pada CV. Ngremboko Klaten bertujuan untuk mengetahui keadaan sebenarnya pada perusahaan tersebut dan permasalahan yang sedang dihadapi. Studi lapangan atau observasi yang dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung, memberikan kuesioner dan melakukan wawancara dengan pemilik CV.
- b. Studi literature dilakukan setelah dilakukannya observasi atau studi lapangan. Studi literature ini digunakan sebagai acuan dasar teori serta refrensi mengenai penelitian yang telah dilakukan sebelumnya baik melalui jurnal, buku, dan skripsi

2.2 Pengumpulan data

Dilakukannya pengumpulan data untuk mendapatkan data yang akan diolah dengan menggunakan metode *Marketing Mix 7P*. Pertama yang dilakukan dengan penyusunan pertanyaan yang akan dimasukkan dalam angket, lalu angket diberikan kepada konsumen dari CV. Ngremboko Klaten, kemudian setelah kuesioner semua telah diisi oleh konsumen maka dilakukan disini menggunakan aplikasi *Microsoft excel* serta dilakukan pengujian statistik dengan pengujian reliabilitas dan validitas untuk mendapatkan data yang diambil Benar dan nyata. Selanjutnya yang terakhir adalah pengambilan dokumentasi.

2.3 Pengolahan Data

Pada penelitian ini dilakukannya pengolahan data yaitu dengan : Analisis *Marketing Mix*, mengidentifikasi indikator-indikator dari masing-masing variabel *marketing mix* 7P, setelah mengetahui indikator dari masing-masing variabel *marketing mix*, maka selanjutnya adalah pembuatan kuesioner dan menyebarkan kuesioner kepada konsumen, untuk data yang diambil berguna dalam pengolahan data di penelitian kali ini. Kemudian dilakukan uji statistik dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Validitas adalah ketetapan antara data yang diambil dalam penelitian dengan data yang dipresentasikan peneliti. Sedangkan untuk reliabilitas adalah data yang nyata (*real*) ketika satu atau lebih objek penelitian sama diambil di waktu berbeda namun hasil yang didapatkan sama persis.

2.4 Hasil

Didalam penelitian ini peneliti akan menguraikan hasil dari pengolahan data, kemudian menyusun strategi yang disesuaikan dengan yang dibutuhkan oleh CV. Ngremboko Klaten. Analisis berfokus pada bagian variabel-variabel bauran pemasaran 7P (harga, produk, promosi, lingkungan, proses, sdm, tempat), dengan memperhatikan hasil tertinggi dari pengujian reliabilitas dan validitas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengolahan dengan pengujian reliabilitas dan validitas

Berdasarkan pengujian yang digunakan yaitu dengan reliabilitas dan validitas menyatakan bahwa semua pertanyaan dalam kuesioner yang diajukan kepada konsumen adalah *valid*, dan didapatkan hasil tertinggi yaitu pada pertanyaan ke 15 dan terletak pada variabel *process* yaitu dengan hasil R_{xy} 0,71 dan r hitung 5,3341. Sedangkan pada uji reliabilitas didapatkan hasil tertinggi yaitu dengan hasil 0,7882. Hasil ini dinyatakan penelitian data yang diambil benar dan nyata.

2. Usulan Perbaikan

Strategi perbaikan ini diusulkan berdasarkan hasil terbesar yang didapatkan dari pengujian validitas serta reliabilitas, selanjutnya disesuaikan dengan kuesioner konsumen menyatakan kurang dan tidak setuju akan pertanyaan yang diajukan oleh penulis. Dibawah ini merupakan strategi usulan perbaikan dari penulis.

1. *Process* (Proses) dan *Place* (Tempat)

Berdasarkan dari uji validitas dan uji reliabilitas proses memiliki bobot sebesar 0,71. Pada grafik hasil tanggapan variabel proses menunjukkan bahwa konsumen yang kurang dan tidak setuju adalah pada bagian pelayanan dan pengiriman barang. Strategi perbaikan yang dapat diusulkan salah satunya adalah dengan melakukan pengiriman melalui JNE, JNT, ataupun jasa pengiriman lainnya untuk menjaga kualitas produk karena dapat menjamin keselamatan produk dan menjamin produk tiba sesuai waktu yang disepakati. Kemudian pada grafik hasil tanggapan variabel proses menyatakan bahwa perusahaan kurang melayani proses pemesanan produk secara maksimal, maka dari itu strategi yang dapat digunakan adalah dengan menjaga komunikasi antara pengelola CV. Ngremboko Klaten dengan konsumen. Komunikasi ini bias dengan cara pembuatan grup diskusi pada social media seperti *Whatsapp*, *Line*, dst merupakan salah satu upaya untuk memaksimalkan pemberian informasi kepada seluruh konsumen secara efektif.

2. *Promotion* (Promosi) dan *Place* (Tempat)

Salah satu perkembangan pasar yang dilakukan nanti yaitu promosi dilakukan dengan *website* menyesuaikan dengan perkembangan zaman pada saat ini. Untuk pembuatan *website* sendiri terdapat foto produk yang akan dijual, harga, pengiriman dan *track record* data penjualan produk. Selain itu juga melakukan pengembangan secara *offline* seperti penyebaran pamphlet di beberapa toko dan konsumen yang melakukan pembelian. Kemudian

yang terakhir adalah penambahan lokasi CV. Ngremboko Klaten pada *Google Maps* agar mempermudah konsumen untuk mencari lokasi CV. Ngremboko Klaten.

3. *Product* (Produk)

Pada bagian bahan baku, peningkatan kualitas perlu ditingkatkan oleh pemilik CV. Ngremboko Klaten karena kualitas bahan baku dirasa kurang bagus. Hal ini terjadi karena kain blitz didapatkan dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan katun. Untuk meningkatkan kualitas bahan baku, bias dilakukan dengan memproduksi handuk, kain ihrom, dan waslap dengan menggunakan bahan baku katun, namun dengan dilakukan secara bertahap. Karena masih dalam tahap percobaan dan mencari pangsa pasar apakah produk dengan bahan baku kain katun ini diminati atau tidak. Produksi dapat dilakukan dengan membuat sampel kemudian dilakukan proses promosi. Promosi sendiri dapat dilakukan dengan meletakkan produk katun tersebut pada toko atau *retailer*, kemudian dapat juga memberikan beberapa sampel kepada konsumen yang sedang melakukan pemesanan produk dengan bahan baku blitz dan tc. Jika produksi menggunakan katun, maka produk yang dihasilkan akan menjadi lebih halus, sehingga akan lebih nyaman digunakan. Selain itu juga dapat menambah pendapatan karena penjualan dari kain katun dapat lebih tinggi.

Sebelum



Sesudah



Gambar 3.1 Usulan Bahan Baku

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Hasil ini diperoleh dari penelitian di CV. Ngremboko dengan pendekatan *marketing mix 7P*, sebagai berikut :

1. Setelah dilakukannya penelitian, hasil penerapan *marketing mix 7P* pada CV. Ngremboko telah diterapkan dengan baik,
2. Strategi perbaikan diusulkan berdasarkan hasil terbesar yang didapatkan dari pengujian validitas serta reliabilitas, dengan hasil yang terpilih yaitu variabel *Process* dengan hasil sebesar 0,71, variabel *Promotion* mendapatkan hasil sebesar 0,5992, variabel *Place* mendapatkan hasil sebesar 0,552, , dan variabel *Product* mendapatkan hasil sebesar 0,5414 serta mendapatkan hasil dari uji reliabilitas sebesar 0,788. Dengan hasil tersebut maka usulan yang diberikan adalah melakukan pengiriman barang dengan menggunakan jasa pengiriman berupa JNE, Tiki, dan jasa pengiriman lainnya, melakukan pencatatan terhadap jumlah jenis barang yang dikirim, pembuatan group diskusi pada sosial media seperti *Whatsapp*, *Line*, dst, melakukan promosi melalui *website*, penyebaran pamphlet di beberapa toko dan konsumen yang melakukan pembelian, menambahkan lokasi CV. Ngremboko di *Google Maps*, pembuatan

retailer didaerah konsumen yang sering membeli produk, katun digunakan sebagai bahan baku dalam produksi.

4.2 Saran

Peneliti memberikan saran ke perusahaan sebagai berikut :

1. Sebaiknya pihak CV. Ngremboko terus menjalin komunikasi dengan konsumen, agar konsumen dapat terus memantau perkembangan produk pesanannya.
2. Sebaiknya pihak CV. Ngremboko mengawasi jalannya proses produksi agar dapat membantu pekerja ketika mengalami kesulitan ataupun kendala pada saat proses produksi berlangsung.
3. Sebaiknya pihak CV. Ngremboko memperhatikan pengelolaan sumber daya manusia yang terdapat pada CV. Ngremboko, terutama pemberian sanksi dan pemberlakuan aturan kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler & Amstrong. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1. (Alih bahasa : Bob Sabran, M.M.). Jakarta : Penerbit Erlangga
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (*Mixed Methods*). Bandung : Penerbit Alfabeta.