

LAPORAN TUGAS AKHIR

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



Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Jurusan Teknik Industri
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

**ANANG BAGUS ARIYANTO
D 600 150 062**

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2019

LAPORAN TUGAS AKHIR

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



Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Jurusan Teknik Industri
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Diajukan Oleh:
ANANG BAGUS ARIYANTO
D 600 150 062

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019**

HALAMAN PENGESAHAN

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

Tugas Akhir ini telah diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi S-1 untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Hari : Jumat
Tanggal : 15 November 2019

Disusun Oleh:

Nama : Anang Bagus Ariyanto
NIM : D 600 150 062
Jur/Fak : Teknik Industri/ Teknik

Mengesahkan:

Dosen Pembimbing


(Muhajat Tri Nugroho, S.T., M.T., Ph.D)

HALAMAN PERSETUJUAN

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

Telah Dipertahankan pada Sidang Pendadaran Tugas Akhir
Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta
Dihadapkan Dewan Penguji

Hari : Jumat

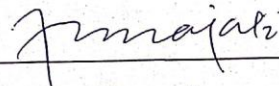
Tanggal : 15 November 2019

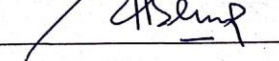
Menyetujui,

Nama

Tanda Tangan,

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





Mengetahui,

Dekan Fakultas Teknik

Ketua Jurusan Teknik Industri


(Ir. Sri Sunarjono, M.Eng., Ph.D., IPM)


(Eko Setiawan, S.T., M.T., Ph.D)

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa tugas akhir 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 oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surakarta, 15 November 2019



Anang Bagus Ariyanto

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dwi Taru Martani
Jabatan : Pemilik CV. Ngeremboko
Perusahaan : CV. Ngeremboko
Alamat : Ngendo, Janti, Polanharjo, Klaten

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Anang Bagus Ariyanto
NIM : D600150062
Fakultas/Jurusan : Teknik Industri
Universitas : Universitas Muhammadiyah Surakarta

Adalah benar telah melakukan penelitian dalam rangka penulisan tugas akhir yang berjudul :

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

Dimana telah pula membahas materi hasil penelitiannya dengan kami. Semoga penelitian dapat bermanfaat bagi CV. Ngeremboko dan penulis.

Klaten, 14 September 2019
Pemilik CV. Ngeremboko



Dwi Taru Martani

MOTTO

“Bangunlah suatu dunia dimana semuanya bangsa hidup dalam damai dan persaudaraan”

(Ir Soekarno)

“Kalau kau tidak tahan dengan lelahnya belajar maka kau harus sanggup menahan perihnya kebodohan ”

(Imam Syafi’i)

“Tidak apa-apa untuk merayakan kesuksesan tapi lebih penting untuk memperhatikan pelajaran tentang kegagalan”

(Bill Gates)

“Sekali dalam hidupmu, cobalah bekerja keras dalam sesuatu hal, cobalah berubah tak ada hal buruk yang bisa terjadi”

(Jack Ma)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

- 1 Kedua orang tua yang tak henti-hentinya memberikan bimbingan, doa dalam setiap langkahku, mendidik dan memotivasi sehingga menjadi pribadi yang lebih baik lagi.
- 2 Saudara laki-laki saya Ilham Nur Rohmanyang selalu memberikan semangat dan keceriaan dalam hidupku.
- 3 Bapak Munajat Tri Nugroho selaku dosen pembimbing saya yang telah berkenan untuk membimbing saya dari awal hingga terselesainya penelitian ini.
- 4 Angkatan 2015 yang selalu mendukung, memberi masukan dalam penyusunan skripsi saya.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah rabbil alamin puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya serta memberikan kekuatan, kemudahan, kesabaran, ketabahan, keikhlasan dan kedamaian berpikir. Sehingga dengan usaha yang sungguh-sungguh akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE *MARKETING MIX* 7P (STUDI KASUS CV. NGREMBOKO KLATEN)”** Tugas Akhir ini disusun sebagai persyaratan menyelesaikan program studi S-1 untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Berdasarkan penyusunan Tugas Akhir penulis banyak mendapatkan saran, dorongan, serta bimbingan dari berbagai pihak yang terlibat, oleh karena itu dengan segala hormat dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT atas segala berkah dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir tepat pada waktu yang telah direncanakan.
2. Kedua orang tua saya yang menaruh harapan besar kepada penulis sehingga penulis mempunyai kesadaran dan semangat yang besar untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini, serta tanpa lelah memberi doa, wejangan semangat dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dan studi di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Munajat Tri Nugroho, S.T., M.T., Ph.D selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan, dorongan, arahan, dan saran yang bermanfaat selama proses penyusunan Tugas Akhir kepada penulis.
4. Ibu Ir. Indah Pratiwi, S.T., M.T selaku pembimbing akademik.

5. Seluruh teman teman Teknik Industri angkatan 2015 yang telah memberikan banyak pengalaman dan dan dukungan, semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesuksesan untuk kita semua.
6. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam proses penyusunan skripsi.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Penulis berharap laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Aamiin ya Rabbal Aalamiin.

Wassalamualaikum wr. Wb

Surakarta, 15 November 2019



Anang Bagus Ariyanto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN	iv
SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAKSI	xvi
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.6 Sistematika Penulisan	3
BAB II LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Pengertian Pemasaran	5
2.1.1 Konsep Pemasaran.....	5
2.1.2 Strategi Pemasaran	6
2.1.3 Segmentasi Pasar	6
2.2 Pengertian <i>Marketing Mix</i>	8
2.3 Tinjauan Pustaka	12

BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1 Objek Penelitian	17
3.2 Observasi	17
3.3 Identifikasi Masalah	17
3.4 Pengumpulan Data	18
3.5 Pengolahan Data	19
3.6 Kerangka Penelitian	23
3.7 Analisis Data.....	24
3.8 Kesimpulan dan Saran.....	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	25
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	25
4.1.1 Sejarah Perusahaan	25
4.1.2 Hasil Produksi dan Pemasaran	25
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	25
4.2 Proses Pembuatan Handuk	26
4.2.1 Bahan Baku	26
4.2.2 BUM.....	27
4.2.3 Kleting.....	28
4.2.4 Tenun.....	28
4.2.5 <i>Cutting</i>	29
4.2.6 Pewarna dan Penjemuran	29
4.2.7 Penjahitan	30
4.2.8 <i>Packaging</i>	30
4.3 Proses Pembuatan Ikhrum	31
4.3.1 Bahan Baku	31
4.3.2 BUM.....	31
4.3.3 Kleting.....	32
4.3.4 Tenun.....	32
4.3.5 <i>Cutting</i>	33
4.3.6 <i>Packaging</i>	33
4.4 Pengumpulan Data	34

4.4.1 Penyebaran Angket.....	34
4.4.2 Wawancara.....	34
4.5 Pengolahan Data	35
4.5.1 Identifikasi Indikator <i>Marketing Mix</i>	35
4.5.2 Pembuatan Angket.....	38
4.5.3 Uji Statistik	44
4.6 Analisis Hasil.....	47
4.6.1 <i>Product</i> (Produk).....	47
4.6.2 <i>Price</i> (Harga).....	48
4.6.3 <i>Place</i> (Tempat).....	49
4.6.4 <i>Promotion</i> (Promosi)	49
4.6.5 <i>People</i> (Orang)	50
4.6.6 <i>Process</i> (Proses)	51
4.6.7 <i>Physical Evidence</i> (Lingkungan Fisik).....	52
4.7 Usulan Strategi Perbaikan	54
4.7.1 <i>Process</i> (Proses) dan <i>Place</i> (Tempat).....	54
4.7.2 <i>Promotion</i> (Promosi) dan <i>Place</i> (Tempat).....	55
4.7.3 <i>Product</i> (Produk).....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Produk Handuk, Waslap, Kain Ihrom.....	17
Gambar 3.2 Kerangka Penelitian.....	23
Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV. Ngremboko Klaten	26
Gambar 4.2 Gulungan Blitz'12	27
Gambar 4.3 Mesin BUM	27
Gambar 4.4 Mesin Kleting	28
Gambar 4.5 Mesin Tenun	28
Gambar 4.6 Proses Pewarnaan	29
Gambar 4.7 Proses Penjemuran.....	30
Gambar 4.8 Proses Penjahitan.....	30
Gambar 4.9 Proses <i>Packaging</i>	31
Gambar 4.10 Bahan Baku Handuk	31
Gambar 4.11 Mesin BUM CV Ngremboko	32
Gambar 4.12 Mesin Kleting CV Ngremboko	32
Gambar 4.13 Mesin Tenun CV Ngremboko	33
Gambar 4.14 Proses <i>Packaging</i>	33
Gambar 4.15 Potongan Angket Penelitian	34
Gambar 4.16 Lokasi Perusahaan	36
Gambar 4.17 Karyawan CV. Ngremboko.....	37
Gambar 4.18 Tempat Parkir CV. Ngremboko	38
Gambar 4.19 Grafik Hasil Tanggapan Variabel Produk.....	40
Gambar 4.20 Grafik Hasil Tanggapan Variabel Harga	41
Gambar 4.21 Grafik Hasil Tanggapan Variabel Tempat	41
Gambar 4.22 Grafik Hasil Tanggapan Variabel Promosi	42
Gambar 4.23 Grafik Hasil Tanggapan Variabel Orang	43
Gambar 4.24 Grafik Hasil Tanggapan Variabel Proses	43
Gambar 4.25 Grafik Hasil Tanggapan Variabel Lingkungan Fisik.....	44
Gambar 4.26 Kondisi Ruangan CV.Ngremboko.....	53
Gambar 4.27 Usulan Bahan Baku	56

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka	12
Tabel 4.1 Angket Penelitian	38
Tabel 4.2 Hasil Uji Statistik	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Konsumen CV Ngremboko Klaten.....
Lampiran 2 Hasil Kuesioner Marketing Mix 7P
Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data Menggunakan <i>Microsoft Excel</i>
Lampiran 4 Dokumentasi

ABSTRAKSI

CV. Ngremboko Klaten adalah perusahaan perseorangan yang didirikan oleh Bapak Marsono pada tahun, CV ini bergerak dibidang tekstil dengan produk berupa handuk, kain ihrom dan waslap. Untuk sistem penjualannya pada CV Ngeremboko Klaten yaitu *make to order* dimana perusahaan memproduksi barang ketika ada pesanan. 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. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *marketing mix* 7P, untuk menyusun strategi pemasaran menggunakan pendekatan *marketing mix* 7P. Penelitian ini menggunakan metode *marketing mix* 7P, *marketing mix* merupakan sekumpulan variabel-variabel pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar target penjualan, *marketing mix* terdiri dari *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, *physical evidence*. Berdasarkan dari uji validitas dan uji reliabilitas didapatkan hasil 0,71 pada variabel *process*, 0,5992 pada variabel *promotion*, 0,552 pada variabel *place*, pada variabel *product* 0,5414, serta uji reliabilitas didapatkan hasil 0,788. Dapat disimpulkan bahwa uji tersebut data yang diambil *valid* dan reliabel.

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

Abstract

CV. Ngremboko Klaten is an individual company that was founded by Mr. Marsono in, this CV is engaged in textiles with products in the form of towels, ihrom fabrics and washcloths. For the sales system in CV Ngeremboko Klaten, *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 carried out only by word of mouth promotion, so that the scope of sales is not broad which causes the company's profit is not maximized. This study aims to determine the application of the 7P marketing mix, to develop marketing strategies using the 7P marketing mix approach. This research uses 7P marketing mix method, *marketing mix* is a set of marketing variables used by companies to pursue sales targets, *marketing mix* consists of *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, *physical evidence*. Based on the validity and reliability tests the results obtained are 0.71 on the process variable, 0.5992 on the promotion variable, 0.552 on the place variable, the product variable 0.5414, and the reliability test results obtained 0.788. It can be concluded that the test data taken is valid and reliable.

Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix, Validity, Reliability