

**ANALISIS SISTEM PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE MARKETING
MIX 4P DALAM MEMPENGARUHI PENINGKATAN PENJUALAN
(Studi Kasus Konveksi Semut Geni Mojokerto)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Teknik Industri



Disusun Oleh:

Septian Eka Prayuda

NIM : 20.13.009

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI S-1
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG**

2024

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS SISTEM PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE MARKETING
MIX 4P DALAM MEMPENGARUHI PENINGKATAN PENJUALAN
(STUDI KASUS KONVEKSI SEMUT GENI MOJOKERTO)**

**SKRIPSI
TEKNIK INDUSTRI S-1**

Skripsi ini telah direvisi dan disetujui oleh dosen pembimbing
Diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik

Disusun Oleh :

Nama: Septian Eka Prayuda

Nim : 20.13.009

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I



(Dr. Ir. Iftitah Ruwana, MT)

NIP : 1039200236

Dosen Pembimbing II



(Ir. Kiswandono, MM)

NIP : 1018700512

Mengetahui



Dekan Fakultas Teknologi Industri



(Dr. Eng. I Komang Somawirata, ST, MT)

NIP. Y. 1030100361



PT BNI (PERSERO) MALANG
BANK NIAGA MALANG

PERKUMPULAN PENGELOLA PENDIDIKAN UMUM DAN TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER TEKNIK

Kampus I : Jl. Bendungan Sigura-gura No. 2 Telp. (0341) 551431 (Hunting), Fax. (0341) 553015 Malang 65145
Kampus II : Jl. Raya Karanglo, Km 2 Telp. (0341) 417636 Fax. (0341) 417634 Malang

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI**

NAMA : SEPTIAN EKA PRAYUDA
NIM : 2013009
JURUSAN : TEKNIK INDUSTRI S-1
JUDUL : ANALISIS SISTEM PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE MARKETING MIX
4P DALAM MEMPENGARUHI PENINGKATAN PENJUALAN

Diperhatikan di hadapan Tim Penguji Skripsi Jenjang Program Strata Satu (S-1)

Pada Hari : RABU

Tanggal : 31 JANUARI 2024

Dengan Nilai : 61.5 (C+)

PANITIA UJIAN SKRIPSI

KETUA,

Dr. Ir. Hfitah Ruwana, MT
NIP. Y. 1039200236

SEKRETARIS

Emmalia Adriantantri, ST.MM
NIP. P. 1030400401

ANGGOTA PENGUJI

PENGUJI I,

Ir. ST. Salmia LA, MT
NIP. 195811101991122000

PENGUJI II,

Pouffy Handoko ST, SS.MT, PhD
NIP. Y. 1030100250

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya dan berdasarkan hasil penelusuran berbagai karya ilmiah, gagasan dan masalah ilmiah yang diteliti dan diulas didalam Naskah Skripsi ini adalah asli dari pemikiran saya. Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila ternyata didalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 09 Januari 2024

Mahasiswa,



Septian Eka Prayuda

NIM. 20.13.009

ABSTRAK

Pokok permasalahan dalam skripsi ini adalah bagaimanakah Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4P (Product, Price, Place, Promotion) Pada Konveksi Semut Geni. Tujuan pembahasan ini adalah untuk menganalisis Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) Pada Konveksi Semut Geni.

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah jenis penelitian lapangan (*field research*), data-data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berasal dari data primer berupa wawancara dengan pemilik Konveksi Semut Geni sendiri dan data sekunder berupa laporan-laporan terkait pemasaran yang sudah disiapkan oleh Konveksi Semut Geni. Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi *marketing mix* menggunakan konsep 4P (*product, price, place, promotion*) Pada Konveksi Semut Geni sudah bagus. Strategi *product* yang dilakukan yaitu selalu memberikan mutu/kualias produk yang dihasilkan sesuai dengan keinginan konsumen sehingga memberikan hasil yang terbaik. Strategi *price* yang dilakukan yaitu dengan memberikan potongan harga kepada pelanggan apabila memesan produk dengan jumlah yang banyak maka akan mendapatkan potongan harga sekitar 3%. Strategi *place* yang dilakukan yaitu dengan memberikan fasilitas pemesanan lewat media sosial seperti *whatsapp* bagi konsumen yang merasa sulit untuk mengunjungi lokasi bisnis Konveksi Semut Geni, dan apabila produk sudah selesai maka usaha Konveksi Semut Geni yang akan langsung mengirimkan atau mengantarkan produk tersebut kepada konsumen. Strategi *promotion* yang dilakukan yaitu dengan menggunakan periklanan (*advertising*) melalui media cetak dan media sosial. Iklan media cetak seperti promosi melalui pamflet, iklan luar ruangan seperti pemasangan spanduk atau baliho serta promosi melalui media sosial seperti *instagram, whatsapp, dan facebook*.

Kata Kunci : Marketing, Marketing Mix 4P

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan kuasa-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Teknik Progam Studi Teknik Industri S-1, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional Malang. Peneliti sangat menyadari bahwasanya skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari banyak pihak yang terlibat. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Awan Uji Krismanto, ST., MT., PhD. selaku Rektor Institut Teknologi Nasional Malang.
2. Dr. Eng. I Komang Somawirata, ST., MT. selaku dekan Fakultas Teknologi Industri Institut Teknologi Nasional Malang.
3. Dr. Ir. Ifitah Ruwana, MT. selaku Ketua Prodi Teknik Industri S-1.
4. Emmalia Adriantantri, ST., MM. selaku Sekretaris Prodi Teknik Industri S-1.
5. Dr. Ir. Ifitah Ruwana, MT. selaku Dosen Pembimbing I.
6. Ir. Kiswandono, MM. selaku Dosen Pembimbing II.
7. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan, doa untuk menyelesaikan laporan skripsi ini.
8. Pimpinan perusahaan serta seluruh karyawan produksi di Konveksi Semut Geni Mojokerto yang telah membantu mengarahkan penelitian ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan oleh peneliti, khususnya teman – teman Teknik Industri S-1 Angkatan 2020. Terimakasih dan semoga kita bertemu kembali, sukses selalu buat kita semua.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyelesaian skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dalam penyempurnaan laporan skripsi ini. Semoga laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Malang, 09 Januari 2024



Septian Eka Prayuda

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	2
1.3 Rumusan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Penelitian	2
1.5 Manfaat Penelitian	2
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	3
2.1 Landasan Teori	3
2.2 Strategi Pemasaran.....	3
2.3 Jenis Strategi Pemasaran.....	3
2.4 Bauran Pemasaran	6
2.5 Sejarah Singkat Perusahaan	9
2.6 Visi dan Misi Konveksi Semut Geni	9
2.7 Struktur Organisasi Konveksi Semut Geni.....	9
2.8 Penelitian Terdahulu	11
BAB III METEDOLOGI PENELITIAN	14
3.1 Jenis Penelitian	14
3.2 Latar dan Waktu Penelitian	14
3.3 Instrumen Penelitian	14
3.4 Sumber Data	14
3.5 Teknik Pengumpulan Data	14
3.6 Teknik Analisa Data	15
3.7 Teknik Penjamin Keabsahan Data.....	16
3.8 Contoh BMC (<i>Business Model Canvas</i>).....	17
3.9 Diagram Alir Penelitian	19
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	20
4.1 Jenis dan Metode Konveksi Semut Geni Mojokerto	20
4.2 Analisis Strategi <i>Mix Marketing</i> dengan Konsep 4P.....	20
4.3 Pembahasan Hasil Kuisisioner	25

4.4 Contoh Hasil Tingkat Signifikansi R Tabel.....	27
4.5 Bukti Contoh Data Kuisisioner	29
4.6 Uji Validitas dan <i>Realibilitas</i>	31
BAB V PENUTUP	33
5.1 Kesimpulan	33
5.2 Saran	34
DAFTAR PUSTAKA	35
LAMPIRAN	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian.....19

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Orderan	1
Tabel 2.1 Struktur Organisasi	10
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.2 Jadwal Waktu Penelitian	15
Tabel 3.3 Contoh BMC	19
Tabel 4.1 Pembahasan Hasil Kuisioner.....	26
Tabel 4.2 Contoh Hasil Tingkat <i>Signifikansi</i> R Tabel.....	28
Tabel 4.3 Bukti Contoh Data Kuisioner	30
Tabel 4.4 Uji Validitas dan Realibilitas	31