



**PELAKSANAAN BAURAN PEMASARAN DALAM UPAYA MENCAPAI  
TARGET PASAR PADA UD.MARIYANA DESA TAMANAGUNG  
BANYUWANGI**

*(Implementation of the Marketing Mix in an Effort to Reach your Target Market on  
the Village UD.Mariyana Tamanagung Banyuwangi)*

**SKRIPSI**

Oleh

**Nur Rohman**

NIM. 070910292033

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER  
2011**



**PELAKSANAAN BAURAN PEMASARAN DALAM UPAYA MENCAPAI  
TARGET PASAR PADA UD.MARIYANA DESA TAMANAGUNG  
BANYUWANGI**

*(Implementation of the Marketing Mix in an Effort to Reach your Target Market on  
the Village UD.Mariyana Tamanagung Banyuwangi)*

**SKRIPSI**

Oleh

**Nur Rohman**

NIM. 070910292033

Pembimbing :

**Dosen Pembimbing Utama : Drs.Sugeng Iswono,MA**

**Dosen Pembimbing Anggota : Dra. Sri Wahyuni, M,Si**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2011**



**PELAKSANAAN BAURAN PEMASARAN DALAM UPAYA MENCAPAI  
TARGET PASAR PADA UD.MARIYANA DESA TAMANAGUNG  
BANYUWANGI**

*(Implementation of the Marketing Mix in an Effort to Reach your Target Market on  
the Village UD.Mariyana Tamanagung Banyuwangi)*

**SKRIPSI**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Niaga (S1)  
dan mencapai gelar Sarjana Sosial

Oleh

**Nur Rohman**

NIM. 070910292033

Pembimbing :

**Dosen Pembimbing Utama : Drs.Sugeng Iswono,MA**

**Dosen Pembimbing Anggota : Dra. Sri Wahyuni, M,Si**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER  
2011**

## **PERSEMBAHAN**

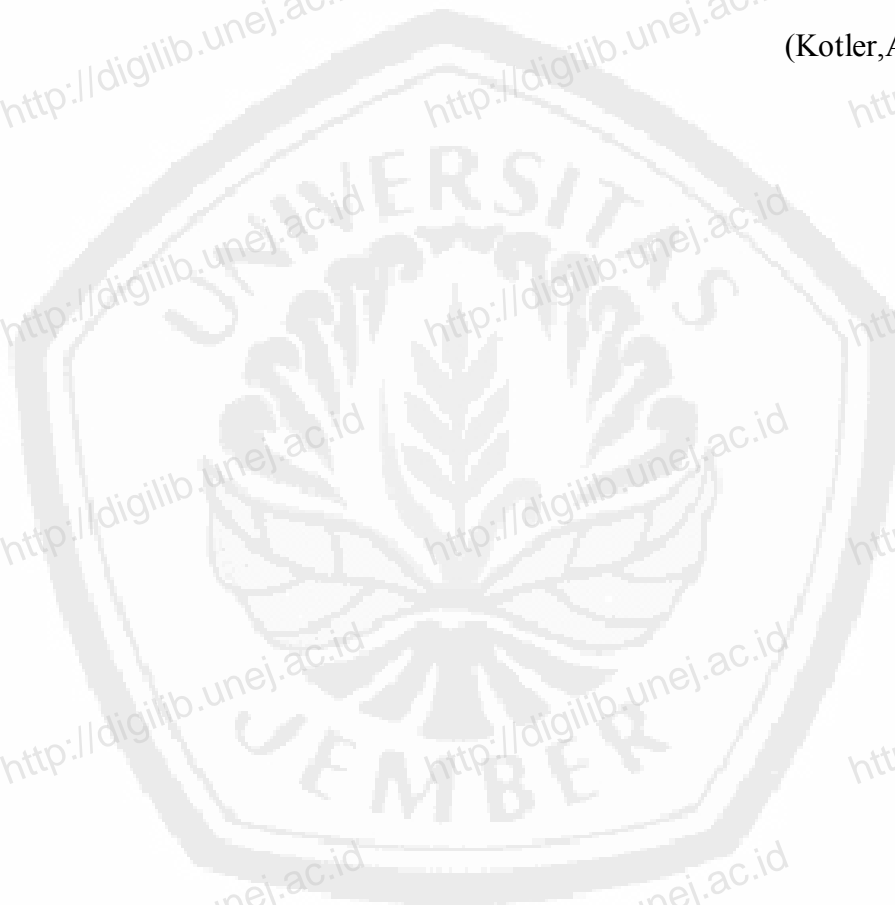
Dengan nama Allah SWT yang maha pengasih dan penyayang semua umatnya, kupersembahkan karya kecilku ini kepada mereka yang selalu aku sayangi dan menyayangiku :

1. Kedua Orang Tuaku tercinta, Ayahanda Mukijan dan Ibunda Suwati yang selalu mendo'akan dan memberikan kasih sayang serta pengorbanannya selama ini.
2. Orang terkasih, Adhystia yang selama ini memberikan motivasi dan memberikan masukan pada penulis
3. Semua Bapak/Ibu guruku yang telah mendidik dan memberikan ilmu kepada penulis, baik guru ilmu pengetahuan umum ataupun ilmu pengetahuan agama.
4. Almamaterku tercinta FISIP UNEJ yang selalu aku banggakan.

## MOTTO

“Program pemasaran akan lebih efektif bila disesuaikan dengan kebutuhan unit dari setiap kelompok pelanggan yang menjadi sasaran”

(Kotler, Armstrong\*)



---

\*) Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Dasar-Dasar Pemasaran* jilid 1. Jakarta: Prenhallindo

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur Rohman

NIM : 070910292033

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul : “Strategi Pengembangan Bauran Pemasaran Makanan Ringan Pada UD.Mariyana Desa Tamanagung Banyuwangi” adalah benar – benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 26 September 2011

Yang menyatakan,

(Nur Rohman)

NIM : 070910292033

**SKRIPSI**

**PELAKSANAAN BAURAN PEMASARAN DALAM UPAYA MENCAPAI  
TARGET PASAR PADA UD.MARIYANA DESA TAMANAGUNG  
BANYUWANGI**

*(Implementation of the Marketing Mix in an Effort to Reach your Target Market on  
the Village UD.Mariyana Tamanagung Banyuwangi)*

Oleh

**Nur Rohman**

NIM. 070910292033

Pembimbing :

**Dosen Pembimbing Utama : Drs.Sugeng Iswono,MA**

**Dosen Pembimbing Anggota : Dra. Sri Wahyuni, M,Si**

## PRAKATA

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkah dan rahmatNya, karena tanpa ridhoNya tidak ada suatu hajatpun yang dapat terlaksana, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PELAKSANAAN BAURAN PEMASARAN DALAM UPAYA MENCAPAI TARGET PASAR PADA UD.MARIYANA DESA TAMANAGUNG BANYUWANGI ”**. Skripsi yang penulis ajukan ini merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun faktor kealpaan penulis. Oleh karena itu penulis dengan senang hati akan menerima segala kritik maupun saran yang berkaitan untuk perbaikan dalam skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa selama penyusunan tugas akhir ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak dan bimbingan yang sangat berharga, akhirnya dengan segala kerendahan hati tidak lupa penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, M.A, selaku Dekan Fakultas Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Dr.Sasongko,M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
3. Drs. Poerwanto, MA, selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
4. Drs.Fadholi Said SU, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang sudah meluangkan waktu untuk memberikan nasehat selama menempuh kuliah;
5. Bapak Drs.Sugeng Iswono,MA Selaku Dosen Pembimbing Utama dan Ibu Dra. Sri Wahyuni, M,Si selaku Dosen Pembimbing Anggota, terima kasih atas perhatian dan kesabarannya telah memberikan semangat, bimbingan, dan saran sampai dengan selesainya penyusunan skripsi ini;

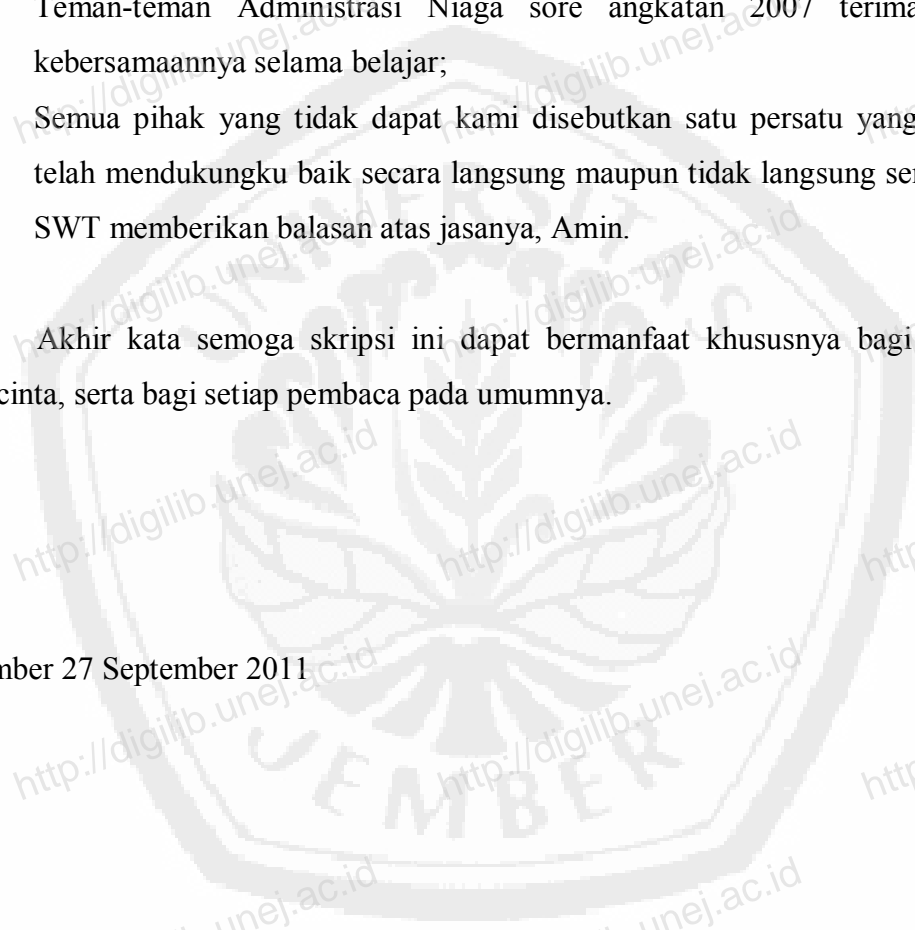


6. Ibu Kholifatun selaku direktur pemilik perusahaan yang berkenaan memberikan ijin penelitian, fasilitas dan data yang diperlukan;
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjalankan studi;
8. Teman-teman Administrasi Niaga sore angkatan 2007 terimakasih atas kebersamaannya selama belajar;
9. Semua pihak yang tidak dapat kami disebutkan satu persatu yang senantiasa telah mendukungku baik secara langsung maupun tidak langsung semoga Allah SWT memberikan balasan atas jasanya, Amin.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi almamater tercinta, serta bagi setiap pembaca pada umumnya.

Jember 27 September 2011

Penulis



## RINGKASAN

**PELAKSANAAN BAURAN PEMASARAN DALAM UPAYA MENCAPAI TARGET PASAR PADA UD.MARIYANA DESA TAMANAGUNG BANYUWANGI;** Nur Rohman, 070910292033; 2011; 67 halaman; Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Tipe penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian deskriptif. Metode deskriptif dapat diartikan prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan obyek atau obyek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lainnya) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana mestinya (Hadari Nawawi, 2003:63). Menurut Bogdan Taylor sebagaimana dikutip Maleong (2001:3), "bahwa metode penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan informasi deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi semua gejala atau keadaan yang ada pada saat penelitian dilakukan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif yang dilakukan untuk menggambarkan proses pelaksanaan bauran pemasaran dalam upaya mencapai target pasar pada UD.MARIYANA Desa Tamanagung Banyuwangi.

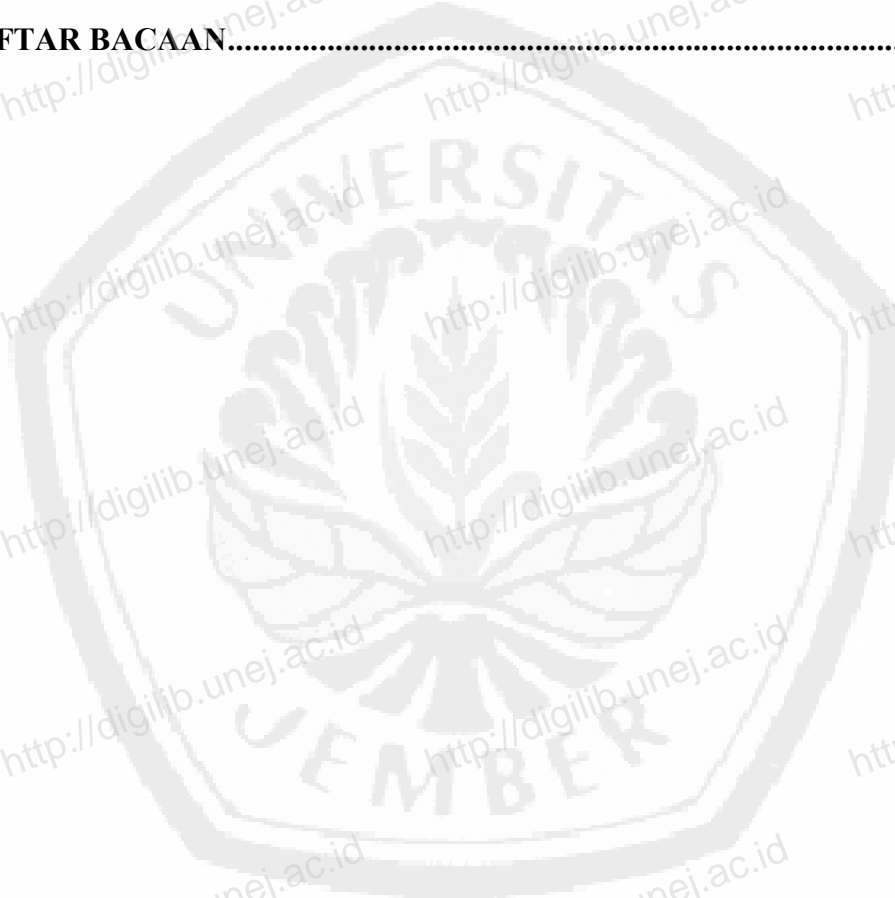
Strategi pengembangan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Bauran pemasaran, dimana bauran pemasaran mempunyai 4 unsur yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*).

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUI.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PEMBIMBINGAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>viii</b>
<b>RINGKASAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>4</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>4</b>
<b>1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....</b>	<b>4</b>
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	4
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1 Konsep Dasar.....</b>	<b>6</b>
2.1.1.....	Pemasaran
.....	6
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	7
2.1.3 Pasar.....	9
2.1.4 Manajemen Pemasaran.....	10

2.1.5 Strategi.....	11
2.1.6 Produk .....	12
2.1.7 Inovasi Produk.....	16
2.1.8 Kreativitas Produk .....	20
<b>2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>23</b>
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>
3.1 Metode Penelitian .....	24
3.2 Tipe Penelitian.....	24
3.3 Tahap Persiapan.....	25
3.4 Tahap Pengumpulan Data.....	27
3.5 Analisis Data.....	28
3.6 Tahap Penarikan Kesimpulan.....	30
<b>BAB 4. PEMBAHASAN.....</b>	<b>31</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	38
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	31
4.1.2 Visi dan Misi perusahaan.....	32
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan UD.Mariyana.....	32
4.1.4 Hari dan jam Kerja.....	34
4.1.5 Ketenagakerjaan.....	34
4.1.6 Sistem Penggajian.....	35
4.1.7 Legalitas.....	35
4.1.8 Modal perusahaan.....	35
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	36
4.2.1 Pengembangan Bauran Pemasaran.....	36
4.2.1.1 Kondisi Eksternal.....	36
4.2.1.2 Kondisi Internal.....	38
4.2.2 Pemasaran.....	39
4.2.3 Sasaran Perusahaan UD.Mariyana.....	41

4.2.4 Pelaksanaan Bauran Pemasaran dalam Upaya mencapai target Pasar pada UD.Mariyana.....	42
<b>4.3 Interpretasi .....</b>	<b>52</b>
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>56</b>
<b>6.1 Kesimpulan.....</b>	<b>56</b>
<b>6.2 Saran.....</b>	<b>56</b>
<b>DAFTAR BACAAN.....</b>	

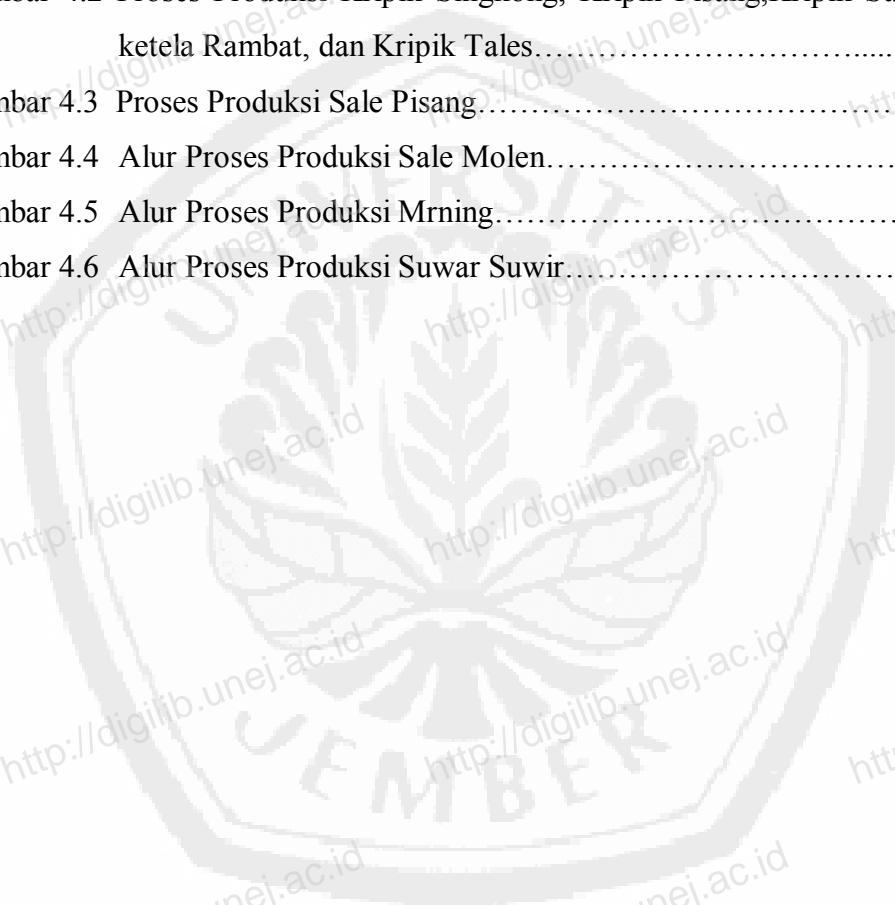


## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian sekarang.....	23
Tabel 3.1 Analisis Domain.....	29
Tabel 3.2 Analisis Taksonomi.....	29
Tabel 4.1 Perkembangan Tenaga kerja Perusahaan.....	35
Tabel 4.2 Tabel Harga Jual Produk.....	40
Tabel 4.3 Volume Penjualan Produk pada Perusahaan UD.Mariana.....	41
Tabel 4.4 Tabel Perbandingan Harga dengan Kapasitas dan kemasan yang sama...48	
Tabel 4.5 Matrik Taksonomi yang ada pada perusahaan UD.Mariyana.....	51
Tabel 4.6 Matrik Dinamika Situs Perusahaan UD.Mariyana.....	54
Tabel 4.7 Tabel Target Penjualan Pada UD.Mariyana.....	57

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Struktur Organsasi Perusahaan UD.Mariyana.....	33
Gambar 4.2 Proses Produksi Kripik Singkong, Kripik Pisang, Kripik Sukun, Kripik ketela Rambat, dan Kripik Tales.....	45
Gambar 4.3 Proses Produksi Sale Pisang.....	45
Gambar 4.4 Alur Proses Produksi Sale Molen.....	46
Gambar 4.5 Alur Proses Produksi Mrning.....	47
Gambar 4.6 Alur Proses Produksi Suwar Suwir.....	47



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan Ijin Penelitian Untuk Perusahaan UD.Mariyana
- Lampiran 2 Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian dari UD.Mariyana
- Lampiran 3 Surat ijin Penelitian dari Badan Kesatuan Bangsa
- Lampiran 4 Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga
- Lampiran 5 Sertifikat Penyuluhan Keamanan Pangan
- Lampiran 6 Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) Kecil

