



LAPORAN PENELITIAN

JUDUL:

**ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN UNTUK
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN EKSPOR PADA
INDUSTRI POT SABUT KAWOEL'S**

Oleh:

Dicky Permadi Saputra	(2012010295)
Dr. H. Samari, M.M.	(0712026201)
Rino Sardanto, M.Pd.	(0730127403)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
JULI 2024**

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Ekspor Pada Industri Pot Sabut KAWOEL'S
2. Ketua
- a. Nama Lengkap : Dicky Permadi Saputra
 - b. NPM : 2012010295
 - c. Fak/Prodi : FEB/Manajemen
 - d. Alamat Rumah : Jalan Kapitan Patimura Gang Sengunglung Rt 13 Rw 04 Sosutan Ngantru Trenggalek
 - e. Telp./HP : 087781847433
 - f. Email : saputradicky329@gmail.com
3. Anggota 1
- a. Nama : Dr. H. Samari, M.M.
 - b. NIDN : 0712026201
 - c. Fak/Prodi : FEB/Manajemen
4. Anggota 2
- a. Nama : Rino Sardanto, M.Pd.
 - b. NIDN : 0730127403
 - c. Fak/Prodi : FEB/Manajemen
5. Jangka waktu PKM : 6 bulan
6. Pembiayaan :
- a. Diajukan ke YPLP-PT PGRI Kediri : -
 - b. Dari sumber lain : Rp 15.000.000
 - Jumlah Seluruhnya : Rp 15.000.000

Mengetahui,
Kaprosdi Manajemen



Kediri, 15 Juli 2024
Ketua,

Dicky Permadi Saputra
NPM. 2012010295

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian deseminasi ini dengan tepat waktu.

Penyusunan laporan penelitian deseminasi ini untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulusnya kepada:

1. **Allah SWT**, yang telah memberikan nikmat Islam, Iman, Ikhsan, kesehatan dan limpahan rahmat dan kasih sayang yang tak terhingga.
2. **Keluargaku** yang telah memberikan dukungan moril maupun material serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunan do'a yang paling ijabah selain do'a yang terucap dari orang tua. Ucapan terima kasih saja tidak cukup untuk membalas kebaikan kedua orang tua, karena itu terimalah persembahan bakti dan cinta ku untuk kalian.
3. **Dr. Zaenal Afandi, M.Pd.**, selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.

4. **Dr Amin Tohari, M.Si.**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan laporan penelitian deseminasi ini.
5. **Restin Meilina, M.M.**, selaku Ketua Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan dukungan secara moril dan membantu dalam penyusunan laporan penelitian deseminasi.
6. **Dr. H. Samari, M.M., dan Rino Sardanto, M.Pd.**, selaku Dosen Pembimbing yang telah rela meluangkan waktu dan bimbingan kepada penulis dalam proses penyusunan laporan penelitian deseminasi ini.
7. **Bapak Yuli Wantoro** selaku pemilik Industri Pot Sabut KAWOEL'S yang telah memberikan segala informasi yang berkaitan dengan penelitian ini.
8. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penyelesaian laporan penelitian deseminasi ini.

Penulis menyadari bahwa laporan penelitian deseminasi ini masih jauh dari kata sempurna. oleh karena itu, saran serta kritik yang membangun sangat penulis harapkan.

Demikian semoga laporan penelitian deseminasi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

Kediri, 15 Juli 2024

Dicky Permadi Saputra

NPM. 2012010295

RINGKASAN

Dicky Permadi Saputra: Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Ekspor Pada Industri Pot Sabut KAWOEL'S, Laporan Penelitian, Manajemen, FEB UNP 2024.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Volume Penjualan, Ekspor

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan bauran pemasaran 7P yang digunakan industri KAWOEL'S untuk meningkatkan volume penjualan ekspor produk pot sabut. Jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk menggambarkan situasi industri dalam operasinya. Narasumber dalam penelitian ini adalah pemilik, karyawan, dan perantara ekspor.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process*) telah berhasil diterapkan di industri KAWOEL'S. Produk-produk ini dijual dengan kualitas yang baik dan desain yang kontemporer. Harga yang diterapkan sesuai dengan kualitas yang diberikan. Lokasi yang digunakan yaitu dengan menganalisis potensi pasar negara tujuan ekspor. Promosi memanfaatkan media sosial WhatsApp dan Instagram sebagai alat memasarkan produk. Industri ini memiliki karyawan yang ramah kepada konsumen sehingga dapat melayani pelanggan dengan baik. Industri KAWOEL'S memiliki pemasok bahan baku sehingga pembuatan produknya tidak memerlukan waktu yang lama dan sudah memiliki alat dan fasilitas yang memadai sehingga dapat membantu untuk meningkatkan penjualan ekspor pot sabut. Industri KAWOEL'S harus memprioritaskan negara mana yang memiliki peluang besar dan memanfaatkan platform *e-commerce* dan aplikasi pada media sosial untuk meningkatkan penjualan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
RINGKASAN	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Tujuan Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Strategi Pemasaran.....	7
B. Bauran Pemasaran.....	8
C. Volume Penjualan.....	11
D. Ekspor	12
BAB III METODE PENELITIAN	14
A. Deskripsi Metode Penelitian.....	14
B. Rincian Proses Pengumpulan Data	15
C. Sasaran Penelitian	17
D. Instrumen Penelitian	18
E. Prosedur Analisis Data.....	20
F. Keabsahan Temuan.....	22
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	24
A. Hasil Penelitian	24
B. Hasil Pembahasan	37

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	41
A. Kesimpulan	41
B. Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN-LAMPIRAN	45
A. Lampiran 1	46
B. Lampiran 2	47
C. Lampiran 3	48
D. Lampiran 4	52
E. Lampiran 5	54
F. Lampiran 6	66
G. Lampiran 7	69

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 :Tabel Informan Penelitian.....	17
4.1 : Tabel Karakteristik Informan	24
4.2 : Tabel Wawancara Tentang <i>Product</i> Produk	25
4.3 : Tabel Wawancara Tentang <i>Price</i> Harga	26
4.4 : Tabel Wawancara Tentang <i>Promotion</i> Promosi	27
4.5 : Tabel Wawancara Tentang <i>Place</i> Lokasi	29
4.6 : Tabel Wawancara Tentang <i>People</i> Orang	31
4.7 : Tabel Wawancara Tentang <i>Process</i> Proses	32
4.8 : Tabel Wawancara Tentang <i>Physcal Evidence</i> Bukti Fisik.....	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1 : Kegiatan Observasi di Industri Pot Sabut KAWOEL'S.....	19

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 : Surat Izin Penelitian.....	46
2 : Surat Balasan dari Industri Pot Sabut KAWOEL'S.....	47
3 : <i>Informant Consent</i>	48
4 : Instrumen Penelitian.....	52
5 : Tabulasi Angket atau Transkripsi Wawancara.....	54
6 : Dokumentasi	66
7 : Artikel yang di publikasikan	69

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis saat ini semakin sulit untuk bertahan karena dunia bisnis semakin ketat dan penuh persaingan. Jika mereka ingin bertahan dalam kompetisi yang semakin kuat, Pelaku bisnis harus merencanakan dengan penuh keberanian untuk memanfaatkan peluang globalisasi dan melakukan pemasaran internasional, selain mempengaruhi tingkat persaingan. Bisnis menggunakan peluang ini karena pasar internasional lebih prespektif dari pada pasar lokal (Inayah et al., 2015).

Di tengah pertumbuhan industri yang terus meningkat, industri kreatif adalah salah satu bisnis yang dapat menarik minat semua masyarakat karena memiliki kemampuan untuk mendorong perkembangan ekonomi yang sangat menjanjikan. Di Indonesia, industri kreatif memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi karena merupakan padat karya berorientasi ekspor yang menjadi prioritas dalam pengembangannya. Industri kreatif nasional juga dianggap mampu bersaing di pasar global karena keragaman corak dan desain produk lokal yang unik, sumber bahan baku yang melimpah dan berkelanjutan serta para perajin yang cukup mahir (Novika, 2020).

Kerajinan tangan dapat memilih penjualan ekspor sebagai strategi penjualannya karena sehubungan dengan adanya sebuah ekspor maka pangsa pasarnya dapat di distribusikan ke negara lain yang memiliki sumber daya alam yang berbeda untuk menghasilkan produk tersebut, produk sejenis dapat

memberikan keuntungan bagi pengusaha eksportir. Alasannya, mereka yakin bahwa peluang di pasar luar negeri lebih besar (Guntarayana et al., 2018).

Bisnis harus memiliki kemampuan untuk membuat strategi pemasaran yang sesuai dan tepat agar dapat mengatasi berbagai masalah yang ada. Bisnis harus memantau pasar atau *segmentation* dengan jelas sesuai dengan tujuan sebelum memulai berbagai macam *marketing strategy* untuk memastikan bahwa strategi tersebut berjalan dengan baik (Aliami et al., 2022). Dengan memanfaatkan peluang dan meningkatkan penjualan, perusahaan dapat mempertahankan posisi mereka di pasar dengan menggunakan strategi yang tepat (Prihatini & Ratnanto, 2023).

Pemasaran internasional juga dikenal sebagai "bisnis internasional" adalah ketika bisnis dapat terlibat dalam bisnis internasional dengan negara, perusahaan, atau masyarakat umum di luar negeri. Pada umumnya, tujuan dari transaksi bisnis internasional ini adalah untuk memasarkan barang yang dibuat di luar negeri, baik barang maupun jasa. Bisnis bergerak lebih cepat dan aktif dalam perdagangan internasional (Ferdinand Risamasu, 2015).

Agen ekspor yang digunakan Industri Pot Sabut KAWOEL'S dalam melakukan pemasaran ekspornya adalah dengan menggunakan *export broker*. Ini berarti *export broker* sebagai agen hanya mencarikan pembeli untuk produk yang dihasilkan oleh Industri. Jadi Industri KAWOEL'S hanya menyiapkan barang atau produknya saja jika ada pembeli yang berhubungan baik dengan pihak *export broker*.

Bauran pemasaran adalah suatu strategi pemasaran yang melibatkan beberapa unsur dalam suatu sistem yang saling berhubungan, untuk mencapai tujuan keberhasilan dalam berbisnis untuk mengelola suatu usaha yang memerlukan keterampilan kompleks dalam pengolahan bisnis secara keseluruhan (Umi, 2020). Dalam manajemen pemasaran dikenal dengan konsep bauran pemasaran yang bertujuan untuk mencapai target pasar yang dibidik oleh perusahaan. Bauran pemasaran terdiri dari 7P elemen-elemen tersebut dijadikan variabel oleh perusahaan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan serta mengarahkan upaya pemasarannya (Nurmin & Dahlan, 2022).

Volume Penjualan adalah cara perusahaan berkomunikasi dan mengirimkan pesan dengan tujuan untuk memberikan data tentang produk, harga, dan lokasi. Informasi ini dapat menginformasikan, mengingatkan pelanggan, perantara, atau keduanya sekaligus (Ismanto, 2020). Penjualan adalah komunikasi antara individu yang bertemu satu sama lain dengan maksud membangun, memperbaiki, mengontrol, atau mempertahankan hubungan pertukaran dengan cara yang menguntungkan bagi pihak lain (Haryono & Nurlaela, 2019).

Salah satu industri yang berada di Kabupaten Kediri adalah pot sabut KAWOEL'S. Sebuah industri yang berjalan dibidang kerajinan sabut kelapa. Industri ini tempatnya berada di Dusun Banjar Rejo, Desa Besuk, Kecamatan Gurah, Kabupaten Kediri. Industri kerajinan KAWOEL'S didirikan pada tahun 2018 dan awalnya memproduksi kerajinan sapu sabut. Kemudian, karena

dianggap memiliki peluang yang lebih besar, produsen mengubahnya menjadi kerajinan pot sabut.

Industri KAWOEL'S memproduksi berbagai macam ukuran pot, dari yang terkecil untuk pembibitan hingga yang terbesar untuk tanaman hias. Diharapkan dengan menjadikan pot sabut kelapa sebagai media tanam akan menjadikannya lebih bernilai finansial karena digunakan sebagai barang yang bermanfaat untuk melindungi tanaman. Produk yang dibuat telah diekspor ke Taiwan, dan sebagian besar orang asing tertarik dengan bahan-bahannya yang unik dan ramah lingkungan. Menurut (Gadis et al., 2022), produk sangat penting bagi perusahaan karena tanpa mereka perusahaan tidak dapat menjalankan bisnisnya.

Industri KAWOEL'S juga mengalami penurunan penjualan dalam satu tahun terakhir ini dan tidak ada permintaan untuk produk eksportnya. Permasalahan ini karena industri belum tahu bagaimana cara memasuki setiap segmen pasar dan menyesuaikan harga produk untuk setiap negara, dan menyelaraskan promosi dan komunikasi mereka dengan budaya yang berbeda. Oleh karena itu, untuk membantu mengembalikan keadaan keuangan industri KAWOEL'S diperlukan pendekatan khusus berupa strategi pemasaran yang lebih spesifik.

Penulis memilih penelitian ini berdasarkan penelitian dari beberapa peneliti sebelumnya. Berdasarkan penelitian (Putra et al., 2016) dan (Guntarayana et al., 2018) kedua penelitian ini membahas cara meningkatkan volume ekspor pada produk kendang sedangkan penelitian saya membahas

tentang produk pot sabut kelapa. (Rusdi, 2019) dan (Reni Novitasari, 2023) Fokus penelitian ini adalah strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan penjualan perusahaan sedangkan penelitian saya pada sebuah industri kerajinan. (Budiman & Christine, 2017) penelitian ini membahas tentang Analisis Pengaruh Marketing Mix 7P. (Maximillian et al., 2022) dan (Tjiptono, 2017), penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran. Sejumlah penelitian yang dilakukan menemukan bagaimana cara strategi pemasaran dan *marketing mix* yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan produknya.

Kerajinan pot sabut kelapa memiliki potensi untuk dapat meningkatkan penjualan ekspor namun perlu ada yang dikembangkan dan dioptimalkan dengan metode bauran pemasaran 7P. Analisis strategi pemasaran dapat merumuskan strategi perusahaan untuk pasar yang telah dimasuki dan menganalisis bauran pemasaran perusahaan untuk mengetahui strategi produk, harga, tempat, dan promosi, orang, bukti fisik, dan proses untuk meningkatkan volume ekspor. Penulis menganalisis dan menelaah kejadian dengan judul **“Analisis Strategi Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan Ekspor Pada Industri Pot Sabut KAWOEL'S”**

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang digunakan oleh industri pot sabut KAWOEL'S dan juga untuk menganalisis bauran

pemasaran (*marketing mix*) yang diterapkan pada industri pot sabut KAWOEL'S dalam meningkatkan volume penjualan ekspor

DAFTAR PUSTAKA

- Akhiri, S. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Tipe Nmax. *Management Studies And Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 1(1), 50–63. <https://doi.org/10.37385/Msej.V1i1.30>
- Aliami, S., Muslih, B., & Sardanto, R. (2022). *Analisis Segmenting , Targeting , Dan Positioning Pada Batik Tulis Ningrat Prasojo*. 67–78.
- Anisa, N. A., Arifin, S., Setyowati, L., Hidayah, N., & Megasari, A. D. (2020). Financial Literacy On Impulsive Buying Behavior In Y Generation. *Quantitative Economics And Management Studies*, 1(1), 70–75. <https://doi.org/10.35877/454ri.Qems80>
- Budiman, W., & Christine. (2017). Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada House Of Moo, Semarang). *Industrial Engineering Online Journal*, 6(1), 8.
- Ferdinand Risamasu, E. A. (2015). *Pengantar Manajemen*. Perdana Publishing.
- Gadis, D., Yusita, R., Kusuma, D., Soedjoko, H., Kediri, K., Timur, J., & Artikel, I. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Perumahan Greenland Kediri 1),2)*. 624–631.
- Guntarayana, I., Putri, K., & Chuly, R. Y. (2018). Analisa Strategi Dalam Pemasaran (Studi Kasus Pada Mie Gacoan Di Karangtengah Kota Blitar). *Akuntabilitas: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 11(2), 46–56. <https://doi.org/10.35457/Akuntabilitas.V11i2.1099>
- Haryono, S., & Nurlaela. (2019). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Peningkatan Volume Di Penjualan Pada Pengusaha Garam Di Purwokerto. *Journal Lppm Unindra*, 11(2), 146–155.
- Inayah, I., Oktaviani, R., & Daryanto, H. K. (2015). The Analysis Of Export Determinant Of Indonesian Pepper In The International Market. *International Journal Of Science And Research*, 5(11), 1856–1860. <https://doi.org/10.21275/ART20163261>
- Ismanto, J. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Tangerang Selatan: UNPAM PRESS.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th Ed.). Jakarta: Airlangga.
- Maximillian, S., Ayu Septi Fauji, D., & Sardanto, R. (2022). Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Dan Menciptakan Competitive Advantages Pada Produk Sambel Pecel. *Senma (Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unp Kediri Analisis)*, 23–30.

- Novika, S. (2020). *Sektor Ekonomi Kreatif Yang Jadi Primadona Ekspor RI*.
- Nuary, N. S. (2016). Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Analisis Swot Pada Pt Super Sukses Motor Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 2(1).
- Nurmin, S., & Dahlan. (2022). *Strategi Pemasaran Batu Berwarna Di Desa Penggajawa Pada Cv Roenty Di Kecamatan Nagapande Kabupaten Ende*.
- Oktaviana, F. S. (2021). Pengaruh Suasana Toko Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di FZ Shopee Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), 1174–1180.
- Priansa. (2017). *Komunikasi Pemasarn Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Prihatini, W., & Ratnanto, S. (2023). *Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri*. 2, 720–732.
- Putra, Y. P., Arifin, Z., & Mawardi, M. K. (2016). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volum Ekspor (Studi Pada Bali Pasadena Rattan). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 39(1), 179–184.
- Reni Novitasari, R. K. (2023). *Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Rumah Pada Pt Bjs Property*. 2, 1269–1276.
- Rinaldi, M., Jamal, A., & Seftarita, C. (2017). Analisis Pengaruh Perdagangan Internasional Dan Variabel Makro Ekonomi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik Indonesia*, 4(1), 49–62.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.21107/Jsmb.V6i2.6686>
- Sonia, N. (2021). Jurnal Wacana Ekonomi Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 20(03), 154–160.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D (2nd Ed.)*. ALFABETA, Cv: BANDUNG.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran (4th Ed.)*. Yogyakarta: Andi.
- Umi, Z. (2020). *Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Sekararum Fashion Semarang*. Skripsi Tidak Terbit.