

**ANALISIS PELAKSANAAN PROGRAM MARKETING MIX
DALAM USAHA UNTUK MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PADA PERUSAHAAN BATIK
MERAK MANIS DI SOLO**

SKRIPSI



Oleh :

DANI HARI WIBOWO

98 311 607

**FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2004**

**ANALISIS PELAKSANAAN PROGRAM MARKETING MIX
DALAM USAHA UNTUK MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN PADA PERUSAHAAN BATIK MERAK MANIS DI
SOLO**

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna
memproleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



OLEH

Nama : Dani Hari Wibowo

Nomor Mahasiswa : 98311607

Program studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2004**

**Analisis Pelaksanaan Program Marketing Mix Dalam Usaha
Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan
Batik Merak Manis di Solo**

Nama : Dani Hari Wibowo
Nomor Mahasiswa : 98311607
Program Studi : Manajemen
Bidang konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, Juli 2004

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Drs Murwanto Sigit MBA

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

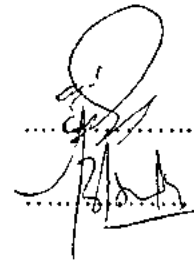
**ANALISIS PELAKSANAAN PROGRAM MARKETING MIX DALAM USAHA
UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PERUSAHAAN BATIK
MERAH MANIS DI SOLO**

**Disusun Oleh: DANI HARI WIBOWO
Nomor mahasiswa: 98311607**

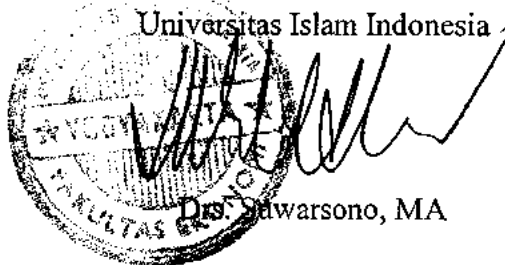
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 10 Agustus 2004

Penguji/Pemb. Skripsi: Drs. Murwanto Sigit, MBA

Penguji : Dra. Budi Astuti, M.Si



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Drs. Suwarsono, MA

MOTTO

*“ kesuksesan dan keberhasilan orang-orang besar, dia belajar dan bekerja keras
tatkala orang lain tidur nyenyak “*

“ Belajarlah berjalan terlebih dahulu sebelum berlari “

Penulis

*“ dan apabila diminta kepadamu berdiri: “ berdirilah!” hendaknya kamu berdiri,
niscaya Allah akan mengangkat derajat orang-orang yang beriman dan para
ilmuwan diantara kamu beberapa derajat (tingkatan)”*

QS. Al Mujadilah : 11

*“ Sesungguhnya di samping ada kesulitan ada kelonggaran, karena itu bila engkau
telah selesai dari satu pekerjaan garap pulalah pekerjaan berikutnya dengan tekun .
Namun kepada Tuhanmu sajalah hendaknya kamu mengharapkan pembalasan
pahalaNYA.”*

QS. Al Insyirah : 6-8

Kupersembahkan skripsi ini untuk :

1. Ayahanda dan ibunda yang tercinta
2. Kakak dan adik tersayang (Mas Tu Bagus Danang Apriyanto, dik Nungki Widya Ningsih dan dik Febriani Komala Sari)
3. G-luv tersayang
4. Almameterku

ABSTRAKSI

Persaingan antar perusahaan yang semakin ketat dewasa ini, menuntut agar masing-masing perusahaan bersaing dalam memperebutkan konsumen. Konsumen sekarang semakin jeli dalam membeli suatu produk tertentu. Perusahaan batik Merak Manis adalah perusahaan penghasil produk-produk batik di Surakarta. Dalam memasarkan produknya perusahaan melakukan program marketing mix (produk, harga, distribusi, dan promosi) untuk meningkatkan volume penjualannya. Yang menjadi masalah disini adalah sejauh manakah pengaruh program marketing mix terhadap volume penjualan dan variable manakah yang paling besar pengaruhnya ? Atas dasar itulah penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul :
ANALISIS PELAKSANAAN PROGRAM MARKETING MIX DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PERUSAHAAN BATIK MERAK MANIS DI SOLO.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh program marketing mix terhadap volume penjualan serta untuk mengetahui pengaruh variable marketing mix yang paling besar pengaruhnya terhadap volume penjualan. Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain memberikan pemikiran yang dapat digunakan sebagai pertimbangan perusahaan dalam pengambilan keputusan khususnya yang berhubungan dengan program marketing mix. Data penelitian ini diperoleh secara langsung (data primer) dan secara tidak secara langsung (data sekunder). Data primer diperoleh dengan cara wawancara langsung dengan pihak perusahaan dan observasi, sedangkan data sekunder diperoleh dari catatan perusahaan dan literature yang berhubungan dengan obyek penelitian.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dan analisis korelasi berganda. Dari hasil perhitungan diketahui :

1. Marketing mix (produk, harga, distribusi dan promosi) ternyata mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan, dimana variasi perubahan volume penjualan pada perusahaan batik Merak Manis sebesar 77,8% disebabkan oleh keempat variable tersebut.
2. Terdapat pengaruh positif yang signifikan biaya produksi terhadap volume penjualan pada perusahaan batik Merak Manis sebesar 52,4%
3. Terdapat pengaruh negative yang signifikan harga jual terhadap volume penjualan, dengan hasil uji t lebih kecil dari -t table dan besarnya kontribusi variable adalah 45,3%. Artinya semakin tinggi harga jual yang ditetapkan maka volume penjualan semakin rendah
4. Terdapat pengaruh positif yang signifikan biaya distribusi terhadap volume penjualan pada perusahaan batik Merak Manis sebesar 51,4%
5. Terdapat pengaruh positif yang signifikan biaya promosi terhadap volume penjualan pada perusahaan batik Merak Manis sebesar 47,8%.

Dari analisis data tersebut, penulis memberikan saran perusahaan batik Merak Manis lebih memperhatikan program marketing mix, khususnya pada variable produk tanpa mengesampingkan variabel harga, distribusi dan promosi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik sebagai tugas akhir guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Dengan sedalam-dalamnya penulis menyadari bahwa pada proses pembuatan hingga selesainya skripsi ini tidak lepas dari dorongan baik moral maupun material dari berbagai pihak karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak , yang dengan penuh kesabaran dan ketelatenan telah membimbing dalam penulisan skripsi ini, semoga amal dan kebaikannya mendapat balasan dari Allah SWT.
2. Bapak selaku dekan Fakultas Ekonomi yang telah berkenan memberikan ijin penulisan skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan bagi penulis.
4. Bapak H Bambang Slameto S.Sos yang telah memberikan ijin penulis melakukan penelitian di perusahaannya, semoga kebaikan di hadapan Allah SWT.
5. Ayahanda dan Ibunda serta saudara-saudaraku yang telah memberikan dorongan moral dan material bagi penulis.
6. Teman-temanku di kost Anggajaya II

7. Semua pihak yang telah membantu penulis baik langsung maupun tidak langsung.

Akhirnya penulis menyadari, bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Untuk itu penulis mohon saran dan kritik yang bersifat membangun, semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, Juli 2004

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
HALAMAN KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB. I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Kerangka Pemikiran.....	5
BAB II. LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Pemasaran.....	7
2.2 Marketing Mix.....	13

2.3 Penetapan Dan Kebijaksanaan Unsur-Unsur	
Marketing Mix	16
2.3.1 Produk.....	16
2.3.2 Harga.....	25
2.3.3 Distribusi.....	29
2.3.4 Promosi.....	34
2.4 Anggapan Dasar Dan Hipotesis	39
BAB III	GAMBARAN UMUM
3.1 Sejarah Dan Perkembangan Perusahaan	41
3.2 Struktur Organisasi	45
3.3 Proses Produksi Dalam Perusahaan	51
3.4 Peranan Marketing Mix Pada Produk Batik	56
3.4.1 Produk.....	56
3.4.2 Harga.....	63
3.4.3 Distribusi.....	65
3.4.4 Promosi	67
BAB IV.	ANALISIS DAN PEMBAHASAN
4.1 Metode Penelitian	68
4.1.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	68
4.1.2 Populasi dan Sampel.....	68
4.1.3 Sumber Data.....	69
4.1.4 Cara Pengumpulan Data	69
4.1.5 Variabel Penelitian.....	69

4.1.6 Rencana Analisis Data.....	70
4.2 Analisis Deskriptif	79
4.3 Analisis Regresi Berganda.....	82
4.3.1 Konstanta	83
4.3.2 Koefisien Biaya Produksi	83
4.3.3 Koefisien Harga	84
4.3.4 Koefisien Biaya Distribusi.....	85
4.3.5 Koefisien Biaya Promosi	85
4.4 Analisis Korelasi Berganda.....	86
4.4.1 Uji Signifikansi Korelasi Berganda	86
4.4.2 Analisis Korelasi Parsial	88
4.4.3 Uji Signifikansi Korelasi Parsial.....	90
4.4.4 Uji Variabel Yang Paling Besar Pengaruhnya.....	
Terhadap Volume Penjualan.....	96
BAB V. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI	
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran	99

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Table 4.1. Descriptive Statistics.....	79
Table 4.2. Hasil Regresi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Variabel Bebas Terhadap Volume Penjualan pada Perusahaan Batik Merak Manis	82
Table 4.3. Nilai dari Koefisien Determinasi, Koefisien Korelasi dan Standar Error Of Estimate dari Hasil Analisa Regresi.....	86
Table 4.4. Hasil Uji Anova	87
Table 4.5. Korelasi Parsial dan Determinasi Parsial.....	89
Table 4.6. Urutan Besarnya Koefisien Regresi.....	96

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Skematis Kerangka Pemikiran	6
Gambar 2.1. Sistem Pemasaran.....	9
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Perusahaan Batik Merak Manis	45
Gambar 1.2. Kurva t-test Analisis Regresi Berganda	72
Gambar 1.3. Kurva F-test Analisis Regresi Berganda.....	73
Gambar 1.4. Kurva Analisis Korelasi Berganda.....	75
Gambar 1.5. Kurva Analisis Korelasi Parsial	77
Gambar 4.1. Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji F.....	88
Gambar 4.2. Daerah Penerimaan Hipotesis pada Uji t untuk Variabel Biaya Produksi	91
Gambar 4.3. Daerah Penerimaan Hipotesis pada Uji t untuk Variabel Harga Jual.....	93
Gambar 4.4. Daerah Penerimaan Hipotesis pada Uji t untuk Variabel Biaya Distribusi.....	94
Gambar 4.5. Daerah Penerimaan Hipotesis pada Uji t untuk Variabel Biaya Promosi	95