

SKRIPSI

**PENERAPAN *MARKETING MIX* PADA INDUSTRI KECIL
DAN MENENGAH PRODUK IKAN SALAI BAUNG
(STUDI KASUS MINAN SALAI DI DESA ULAK PATIAN)**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Mengikuti Ujian Komprehensif Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH :

AHMAD YANI

NIM: 1425076

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
TAHUN 2019**

HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : AHMAD YANI
NIM : 1425076
JUDUL PENELITIAN : Penerapan *Marketing Mix* Pada Industri Kecil dan Menengah Produk Ikan Salai Baung (Studi Kasus Minan Salai Di Desa Ulak Patian)

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program Studi Manajemen pada Kamis, 31 Januari 2019 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji

Pasir Pengaraian, 02 Pebruari 2019

Pembimbing I

Pembimbing II

YULFITA AINI, SE., M.M
NIDN. 1024097802

ARRAFIQR RAHMAN, SE., M.M
NIDN. 1018108502

Penguji Ujian Akhir Komprehensif

Penguji I

Penguji II

Penguji III

MAKMUR, SE., M.MA
NIDN. 1010038001

PURWANTORO, SE., M.Si
NIDN. 1030049001

HIDAYAT, SE., M.M
NIDN. 1027058603

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian

ARRAFIQR RAHMAN, SE., M.M
NIDN. 1018108502

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertandatangan di bawah ini, saya

Nama : AHMAD YANI

Nomor mahasiswa : 1425076

Judul Skripsi : PENERAPAN *MARKETING MIX* PADA INDUSTRI KECIL DAN
MENENGAH PRODUK IKAN SALAI BAUNG (STUDI KASUS
MINAN SALAI DIDESA ULAK PATIAN)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan serta juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari ditemukan usur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencaabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi.

Pasir Pengaraian, 26 Januari 2019

Yang Membuat Pernyataan,



(AHMAD YANI)

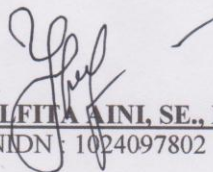
HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : AHMAD YANI
NIM : 1425076
JUDUL PENELITIAN : Penerapan *Marketing Mix* Pada Industri Kecil dan Menengah
Produk Ikan Salai Baung (Studi Kasus Minan Salai Di Desa Ulak
Patian)


Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada ujian akhir komprehensif program studi manajemen pada Kamis, 31 Januari 2019 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulam dan saran Tim Penguji

Pasir Pengaraian, 02 Februari 2019

Pembimbing I



YULFITA AINI, SE., M.M
NIDN : 1024097802

Pembimbing II

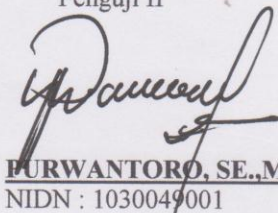

ARRAFIQUR RAHMAN, SE., M.M
NIDN : 1018108502

Penguji Ujian Akhir Komprehensif


Penguji I


MAKMUR, SE., M.MA
NIDN : 1010038001

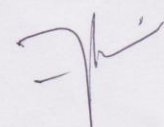
Penguji II


PURWANTORO, SE., M.Si
NIDN : 1030049001

Penguji III


HIDAYAT, SE., M.M
NIDN : 1027058603

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian


ARRAFIQUR RAHMAN, SE., M.M
NIDN. 1018108502

ABSTRAK

Ahmad Yani/1425076/2019/ Penerapan *Marketing Mix* Pada Industri Kecil dan Menengah Produk Ikan Salai Baung (Studi Kasus Minan Salai Di Desa Ulak Patian). Pembimbing Utama : Yulfita A'ini, SE.,MM Dan Pembimbing Kedua : Arrafiqur Rahman, SE., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *marketing mix* pada industri kecil dan menengah produk ikan salai baung (Studi Kasus Minan Salai Di Desa Ulak Patian). Sampel penelitian ini yaitu pelanggan Minan ikan salai baung di Desa Ulak Patian 2016-2017 yang minimal berbelanja 3 kali, karena dianggap pembeli tersebut setia atau loyal terhadap produk yang dijual adapun jumlahnya populasi sebanyak 54 orang dan teknik pengambilan sampel menggunakan sensus. Analisis data menggunakan kuesioner dengan pengukuran skala likert dan pengujian menggunakan analisis deskriptif secara persentase pada tanggapan responden. Berdasarkan dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penerapan *marketing mix* pada industri kecil dan menengah produk ikan salai baung (Studi Kasus Minan Salai Di Desa Ulak Patian) masih berkategori cukup baik dengan nilai rata-rata TCR sebesar 59,67%. Adapun nilai tertinggi pada produk dengan nilai 65,41%. Selanjutnya, disarankan pada promosi ikan salai baung pada usaha Minan masih berkategori cukup baik ditingkatkan melalui pemberian brosur atau selebaran kertas, dan Tempat penjualan ikan yang perlu ditingkatkan yaitu pada lokasi dari tempat yang sangat memudahkan untuk melakukan pembelian.

Kata Kunci : Produk, harga, promosi dan tempat.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya jualah akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis berusaha melaksanakan tugas yang diemban sebaik mungkin agar dapat menyelesaikan studi di Program Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

Secara khusus, penulis ungkapkan rasa sayang dan terima kasih kepada orang-orang yang penulis cintai yaitu; orang tua, yang selalu memberikan dorongan dan semangat agar skripsi ini dapat terselesaikan. Pada kesempatan yang berbahagia ini pula, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan dalam penyelesaian studi saya selama ini. Ucapan terima kasih ini terutama penulis tujukan kepada:

1. Rektor Universitas Pasir Pengaraian Bapak Dr. Adolf Bastian, M.Pd yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu pada Universitas Pasir Pengaraian.
2. Bapak Arrafiqur Rahman, SE.,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian dan sekaligus sebagai pembimbing II
3. Bapak Purwantoro, SE, M.Si, sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian
4. Ibu Yulfita Aini, SE., MM sebagai pembimbing I yang telah banyak membantu dan meluangkan waktu untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan

penulisan skripsi ini.

5. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis selama menjadi mahasiswa.
6. Kedua Orang Tua yang selalu memberikan semangat dan dorongan lahir dan bathin serta do'a sehingga senantiasa menjadi kekuatan dalam penyelesaian penulisan ini.
7. Rekan-rekan se- angkatan serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu baik secara langsung maupun tidak langsung telah membantu hingga selesainya skripsi ini.

Akhir kata segala kritik dan saran untuk penyempurnaan penelitian ini, penulis ucapkan terima kasih.

Pasir Pengaraian, Januari 2019

Ahmad Yani
NIM. 1425076

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBARAN PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar belakang masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.3. Manfaat Penelitian	7
1.5. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.2. <i>Marketing Mix</i>	12
2.1.2.1. Produk (<i>Product</i>)	13
1. Pengertian Produk	13
2. Indikator Produk	16
2.1.2.2. Harga (<i>Price</i>)	16
1. Pengertian Harga	16
2. Indikator Harga	18
2.1.2.3. Tempat (<i>Place</i>)	19
1. Pengertian Tempat	19
2. Indikator Tempat	21

2.1.2.4. Promosi (<i>Promotion</i>)	21
1. Pengertian Promosi	21
2. Indikator Promosi	24
2.1.3. Kewirausahaan	24
2.1.4. Penelitian Terdahulu	34
2.2. Kerangka Konseptual	35
2.3. Hipotesis Penelitian	36

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	37
3.2. Populasi dan Sampel	37
3.2.1. Populasi	37
3.2.2. Sampel.....	37
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.3.1. Observasi	37
3.3.2. Angket (<i>Questioner</i>).....	38
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	38
3.5. Instrument Penelitian	40
3.5.1. Uji validitas	40
3.5.2. Uji Reliabilitas.....	40
3.6. Analisis Data	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	42
a. Gambaran Umum Usaha	42
b. Karakteristik Responden.....	44
c. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
d. Deskripsi Variabel	47
4.2. Pembuktian Hipotesis	50

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan	51
5.2. Saran	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Rata-Rata Penerimaan Responden Pada Pengolahan Ikan Salai di Desa Ulak Patian, Tahun 2018	4
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1. Kategori Jawaban Responden	38
Tabel 3.2. Definsi Operasional Variabel.....	39
Tabel 3.3. Kriteria Pencapaian Responden	41
Tabel 4.1. Tanggapan Responden Berdasarkan Kelamin	44
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4.4. Pengujian Validitas dan Relibilitas Data	46
Tabel 4.5. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Produk	47
Tabel 4.6. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Harga	48
Tabel 4.7. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Promosi	49
Tabel 4.8. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Tempat.....	49
Tabel 4.9. Pembuktian Hipotesis Penerapan <i>Marketing Mix</i>	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	35
Gambar 4.1. Struktur Organisasi	43