

**EVALUASI STRATEGI PEMASARAN PADA
PT. MANUNGAL PERKASA DI SURAKARTA**

(Studi Kasus: PT. Manunggal Perkasa Gudang Surakarta)



Diajukan untuk Memenuhi Syarat-syarat Mencapai Sebutan

Ahli Madya Manajemen Bisnis

Oleh:

SURYA JEFRI LAKSANA PUTRA

NIM F3517045

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SEBELAS MARET**

2020
commit to user

ABSTRAK
EVALUASI STRATEGI PEMASARAN PADA
PT. MANUNGAL PERKASA DI SURAKARTA
(Studi Kasus: PT. Manunggal Perkasa Gudang Surakarta)

SURYA JEFRI LAKSANA PUTRA
F3517045

Strategi pemasaran merupakan salah satu bagian terpenting dalam pemasaran sebuah perusahaan. Strategi pemasaran sangat berpengaruh terhadap penjualan produk yang dikeluarkan sebuah perusahaan. Pada penulisan Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengukur tingkat kesadaran merek terhadap merek tepung terigu pada PT. Manunggal Perkasa Gudang Surakarta di wilayah Surakarta.. Strategi pemasaran terdiri dari segala sesuatu hal yang dapat dilakukan untuk mempengaruhi permintaan akan produknya. Strategi pemasaran dapat dikelompokkan ke dalam empat variabel yaitu : produk (*Product*), harga (*Price*), tempat atau distribusi (*Place*), dan promosi (*Promotion*).

Dengan menggunakan metode analisis data deskriptif yaitu memberikan deskripsi secara sistematis mengenai objek yang diteliti, kemudian dilakukan pengolahan data hasil pengamatan. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

Hasil kesimpulan dari penelitian ini adalah dalam memasarkan produknya PT. Manunggal Perkasa selalu berusaha menjaga kualitas produknya agar tetap disenangi oleh konsumen atau pelanggannya, baik dalam merek, pemilihan bahan baku, proses produksinya sampai dengan pengemasan dan pemberian label pada produknya. Harga jual produk yang dihasilkan PT. Manunggal Perkasa lebih murah dari pada produk yang dikeluarkan oleh para pesaing. PT. Manunggal Perkasa mempromosikan produknya dengan melakukan kegiatan program grebek area yaitu dengan suvei lokasi dan menawarkan dan mengenalkan produk dari PT. Manunggal Perkasa dan dengan mendatangi industri yang bahan baku utamanya menggunakan tepung terigu.

Kegiatan distribusi dilakukan dengan mempergunakan jasa agen sebagai perantara menyalurkan produk-produknya agar sampai ke tangan konsumen. Selain itu, perusahaan juga memperhatikan alat transportasi dan tempat penyimpanan produk agar memudahkan kegiatan distribusinya.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Evaluasi, Strategi Pemasaran Produk

ABSTRACT
MARKETING STRATEGY EVALUATION ON
PT. MANUNGAL PERKASA IN SURAKARTA
(Case Study: PT. Manunggal Perkasa Gudang Surakarta)

SURYA JEFRI LAKSANA PUTRA

F3517045

Marketing strategy is one of the most important parts in marketing a company. Marketing strategy is very influential on the sale of products issued by a company. In the writing of this final project aims to measure the level of brand awareness of the wheat flour brand at PT. Manunggal Perkasa Gudang Surakarta in the Surakarta area. The marketing strategy consists of everything that can be done to influence the demand for its products. Marketing strategies can be grouped into four variables, namely: product (product), price (price), place or distribution (place), and promotion (promotion).

By using descriptive data analysis method, namely providing a systematic description of the object under study, then processing the data from the observations. The data used are primary data and secondary data.

The conclusion of this research is in marketing its products PT. Manunggal Perkasa always strives to maintain the quality of its products in order to be favored by consumers or customers, both in brands, raw material selection, production processes up to packaging and labeling of products. The selling price of products produced by PT. Manunggal Perkasa is cheaper than products issued by competitors. PT. Manunggal Perkasa promotes its products by conducting area activities such as surveying the location and offering and introducing products from PT. Manunggal Perkasa and by visiting industries whose main raw material uses wheat flour.

Distribution activities are carried out by using agent services as an intermediary for distributing the products to consumers. Apart from that, the company also pays attention to the means of transportation and storage for products to facilitate distribution activities.

Keywords: Marketing Strategy, Evaluation, Product Marketing Strategy

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir Dengan Judul:

**EVALUASI STRATEGI PEMASARAN PADA PT. MANUNGAL
PERKASA DI SURAKARTA**



Surakarta, 27 Juni 2020

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sunarjanto', written in a cursive style.

Drs. Sunarjanto, MM

NIP. 195603271985031004

commit to user

HALAMAN PENGESAHAN

EVALUASI STRATEGI PEMASARAN PADA PT. MANUNGAL PERKASA DI SURAKARTA

Tugas Akhir ini telah diuji dan disahkan oleh Panitia Penguji Tugas Akhir

Program Studi Diploma III Manajemen Bisnis

Sekolah Vokasi

Universitas Sebelas Maret

Pada Hari : Selasa

Tanggal : 15 September 2020

Disusun Oleh :

SURYA JEFRI LAKSANA PUTRA

F3517045

Panitia Penguji Tugas Akhir

Nama

Tanda Tangan

Penguji I

Suryandari Istiqomah, S.E., M.Sc.

NIP. 198409162019032006



Penguji II

Drs. Sunarjanto, M.M

NIP.195603271985031004



Mengetahui,

Direktur
Sekolah Vokasi



Drs. Santoso Tri Hananto, M.Acc., Ak.

NIP. 196909241994021001

commit to user

Kepala Program Studi
DIII Manajemen Bisnis



Yeni Fajarriyanti, S.E., M.Si.

NIP. 19740112200012200

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Surya Jefri Laksana Putra

NIM : F3517045

Program Studi : D3 Manajemen Bisnis

Judul Tugas Akhir : Evaluasi Strategi Pemasaran Pada PT. Manunggal Perkasa

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tugas Akhir yang saya buat ini benar-benar hasil karya sendiri dan bukan hasil salinan atau jiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan ijazah dan pencabutan gelar akademik yang telah saya capai.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 24 Juni 2020

Mahasiswa



Surya Jefri Laksana Putra

NIM F3517045

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

- Selalu berusaha menjadi yang terbaik diantara semua yang terbaik dan kesuksesan berawal dari kegagalan.
- Jangan lelah belajar kapanpun dan dimanapun, sejatinya pengalaman merupakan salah satu guru kehidupan yang banyak manfaatnya.

Karya ini dipersembahkan kepada:

- Orangtua saya yang tercinta, bapak Sutarman dan Ibu Sri Sugiyarsi
- Kakak saya tersayang, Andan Dyah Farihwati
- Dosen pembimbing tugas akhir saya, Drs. Sunarjanto, MM
- Keluarga sekaligus teman-teman seperjuangan D3 Manajemen Bisnis 2017
- Almamater saya, Universitas Sebelas Maret

commit to user

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga Laporan Tugas Akhir dengan Judul **“EVALUASI STRATEGI PEMASARAN PADA PT. MANUNGAL PERKASA DI SURAKARTA”** ini dapat diselesaikan dengan baik.

Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi Syarat-syarat Mencapai Gelar Ahli Madya pada Program Diploma 3 Program Studi Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.

Dalam kesempatan ini penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu penyusunan laporan tugash akhir ini:

1. Prof. Drs. Djoko Suhardjanto, M.Com.(Hans).,Ph.D.,Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.
2. Yeni Fajariyanti, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi D3 Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.
3. Drs. Sunarjanti, MM selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah membimbing dan mengarahkan sehingga Tugas Akhir dapat terselesaikan.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta
5. Bapak Akhyar selaku pembimbing selama saya magang di PT. Manunggal Perkasa Gudang Surakarta, yang telah memberikan ilmu, pengarahan dan dukungan selama kegiatan magang berlangsung.
6. Kedua orang tua saya Bapak Sutarman dan Ibu Sri Sugiyarsi yang sampai detik ini selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan, dan semangat yang luar biasa tiada henti.

commit to user

7. Teman-teman seperjuangan sekaligus keluarga Manajemen Bisnis 2017 khususnya kelas B yang telah menjadi bagian cerita indah dalam dunia perkuliahan saya.
8. Teman-teman dan sahabat Kedai Sharing yang telah memberi saya semangat dan motivasi selama pentusunan tugas akhir.
9. Semua pihak yang telah membantu namun tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya atas kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Namun demikian, karya sederhana ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Surakarta, 24 Juni 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	I
ABSTRAK.....	II
HALAMAN PERSETUJUAN.....	IV
HALAMAN PENGESAHAN.....	V
SURAT PENYATAAN TUGAS AKHIR (TA).....	VI
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	VII
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR TABEL.....	XII
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Metode Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Strategi.....	7
1. Definisi Strategi.....	7
2. Manfaat Strategi Perusahaan Secara Umum.....	8
B. Pemasaran.....	8
1. Pengertian Pemasaran.....	8

commit to user

2. Jenis Pemasaran.....	10
C. Strategi Pemasaran.....	11
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	11
2. Konsep Dasar Strategi Pemasaran	12
3. Pentingnya Strategi Pemasaran.....	21
BAB III PEMBAHASAN	22
A. Gambaran Umum Perusahaan	22
B. Laporan Magang Kerja	34
C. Pembahasan.....	41
1. Strategi Bauran Pemasaran.....	41
2. Strategi Pengembangan Pasar.....	62
3. Hambatan Dalam Pelaksanaan Pemasaran.....	63
BAB IV PENUTUP.....	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

TABEL	Halaman
Tabel 3.1 Sumber Daya Manusia PT. Manunggal Perkasa	26
Tabel 3.2 Rincian Pelaksanaan Kegiatan Magang Kerja Industri.....	38
Tabel 3.3 Selisih Harga Produk Tepung Terigu PT. Manunggal Perkasa Dengan Harga Produk Pesain.....	52



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Halaman
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Manunggal Perkasa.....	27
Gambar 3.2 Peta Lokasi PT. Manunggal Perkasa.....	34
Gambar 3.3 Tepung Kantil.....	42
Gambar 3.4 Tepung Aster.....	43
Gambar 3.5 Tepung Melati.....	44
Gambar 3.6 Tepung Soka.....	45
Gambar 3.7 Tepung Dahlia.....	46
Gambar 3.8 Tepung Raflesia.....	47
Gambar 3.9 Proses Kunjungan Sales di Industri Rumahan Guna Mengenalkan dan Memberi Sampel.....	55
Gambar 3.10 Saluran Distribusi PT. Manunggal Perkasa.....	57
Gambar 3.11 Distribusi Langsung PT. Manunggal Perkasa Kepada Produsen Mie.....	57
Gambar 3.12 Distribusi Tidak Langsung PT. Manunggal Perkasa Kepada Produsen Mie.....	57
Gambar 3.13 Armada Truk Pengantar Tepung Kepada Agen dan Industri Rumahan.....	61

Gambar 3.14 Gudang Penyimpanan Tepung Terigu..... 62

Gambar 3.15 Program Grebek Area di Toko dan Pasar..... 57



commit to user



commit to user