

**STRATEGI MARKETING MIX PADA PASAR PENGECEK
(STUDI KASUS DI TOSERBA ADA BARU SALATIGA)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Pendidikan pada Universitas Kristen Satya Wacana**

Oleh :

DYNNA SUKMAWANTY

162009075



**PROGRAM STUDI S1 PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA
2016**



PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : DYNNA SUKMAWANTY
NIM : 162009075 Email : 162009075@student.uksw.edu
Fakultas : FKIP EKONOMI Program Studi : PENDIDIKAN EKONOMI
Judul tugas akhir : STRATEGI MARKETING MIX PADA PASAR
PENGECER (STUDI KASUS DI TOSERBA
ADA BARU SALATIGA)

Dengan ini saya menyerahkan hak *non-eksklusif** kepada Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak yang sesuai):

- a. Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA
- b. Saya tidak mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA**

* Hak yang tidak terbatas hanya bagi satu pihak saja. Pengajar, peneliti, dan mahasiswa yang menyerahkan hak *non-eksklusif* kepada Repositori Perpustakaan Universitas saat mengumpulkan hasil karya mereka masih memiliki hak *copyright* atas karya tersebut.

** Hanya akan menampilkan halaman judul dan abstrak. Pilihan ini harus dilampiri dengan penjelasan/ alasan tertulis dari pembimbing TA dan diketahui oleh pimpinan fakultas (dekan/kaprodi).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Salatiga, 23 Februari 2016

Dynna

Dynna Sukmawanty

Mengetahui,

Pembimbing I

msjw
Dra. Sri Muryani, MM

Pembimbing II

Isman
Dr. Bambang Ismanto, M.Si



PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : DYNNA SUKMAWANTY
NIM : 162009075 Email : 162009075@student.uksw.edu
Fakultas : FKIP EKONOMI Program Studi : PENDIDIKAN EKONOMI
Judul tugas akhir : STRATEGI MARKETING MIX PADA PASAR PENGECEB (STUDI KASUS DI TOSERBA ADA BARU SALATIGA)
Pembimbing : 1. Dra. Sri Muryani, MM
2. Dr. Bambang Ismanto, M.Si

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Kristen Satya Wacana maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Kristen Satya Wacana.

1956

Salatiga, 23 Februari 2016



Dina
6000
DYNNA SUKMAWANTY
Tanda tangan & nama terang mahasiswa

LEMBAR PENGESAHAN

**STRATEGI MARKETING MIX PADA PASAR PENGECEK
(STUDI KASUS DI TOSERBA ADA BARU SALATIGA)**

Skripsi

Disusun dan Diajukan untuk Melengkapi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Pendidikan Pada Progam Studi Pendidikan Ekonomi

Oleh

Dynna Sukmawanty

162009075

Disahkan

Dekan FKIP


Dr. Yari Dwikurnaningsih, M.Pd

Kaprogdi Pendidikan Ekonomi


Dra. Entri Sulistari G., M.Si

**PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA
2016**

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI MARKETING MIX PADA PASAR PENGECEK
(STUDI KASUS DI TOSERBA ADA BARU SALATIGA)**

Skripsi

Disusun dan Diajukan untuk Melengkapi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi

Oleh

Dynna Sukmawanty

162009075

Disetujui

Dr. Bambang Ismanto, M.Si

Pembimbing

Dra. Sri Muryani, MM

Penguji I

Dr. Bambang Ismanto, M.Si

Penguji II

**PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA**

2016

KATA PENGANTAR

Dengan segala Puji,Hormat,dan Syukur penulis naikkan kepada Bapa di Surga dan Yesus Kristus serta Roh Kudus terkasih atas pertolongan,campur tangan,berkat dan kasihNya yang sangat luar biasa kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.Skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu persyaratan guna mencapai Gelar Sarjana Pendidikan Ekonomi pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.

Salah satu harapan yang terkandung dalam keinginan memilih konsep penelitian ini adalah menyumbangkan bagi kemajuan perusahaan (Swalayan Ada Baru Salatiga),meskipun penulis masih merasa apa yang dihasilkan dalam penelitian ini masih jauh dari harapan-harapan ideal.Penulis menyadari bahwa penulis tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini tanpa bantuan dari berbagai pihak.Oleh karena itu,pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang banyak kepada :

1. Bapak Dr.Bambang Ismanto,M.Si,sebagai dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu,tenaga,pikiran,dan kasihnya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dra.Sri Muryani,MM,sebagai dosen penguji dan sekaligus pembimbing yang telah memberikan pikiran-pikiran yang terbuka,waktu,tenaga,kasih,serta tanggungjawab dalam penyempurnaan revisi skripsi.
3. Ibu Dra.Sri Muryani,MM,sebagai wali studi yang memberi dorongan semangat kepada penulis selama menempuh pendidikan di program studi Pendidikan Ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana.

4. Seluruh staf pengajar Pendidikan Ekonomi dan Staf Tata Usaha Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan yang telah banyak membantu penulis selama kuliah di Universitas Kristen Satya Wacana.
5. Bapak Surya sebagai Manajer Operasional di Toserba Ada Baru Salatiga yang telah bersedia membantu penulis dengan memberi izin untuk tempat penelitian,waktu,pikiran-pikiran yang spontanitas dan positif tentang bisnis marketing mix,dan data-data yang penulis perlukan selama menyelesaikan skripsi ini.
6. Papa,Mama,Mbk yuli,dan mas deni tercinta yang senantiasa memberikan cinta kasih,dan berkat,dorongan semangat yang tinggi,serta menaruh harapan yang besar kepada penulis,sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Budi Ari Suwandono tercinta yang dengan cinta dan setia menemani,memberi dorongan semangat,dan doa kepada penulis.
8. Keluarga,saudaraku dan sahabat-sahabatku lainnya yang selalu memberikan semangat serta nama-nama yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Hanya dengan kasih,doa,berkat,dan ucapan terima kasih yang dapat penulis berikan atas semua kebaikan kalian.Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan-kekurangan dalam penulisan skripsi ini.Oleh sebab itu penulis mengharapkan saran-saran guna menyempurnakan skripsi ini.Akhirnya penulis berharap kiranya skripsi ini dapat berguna dan sekaligus menjadi berkat bagi mereka yang membutuhkan.

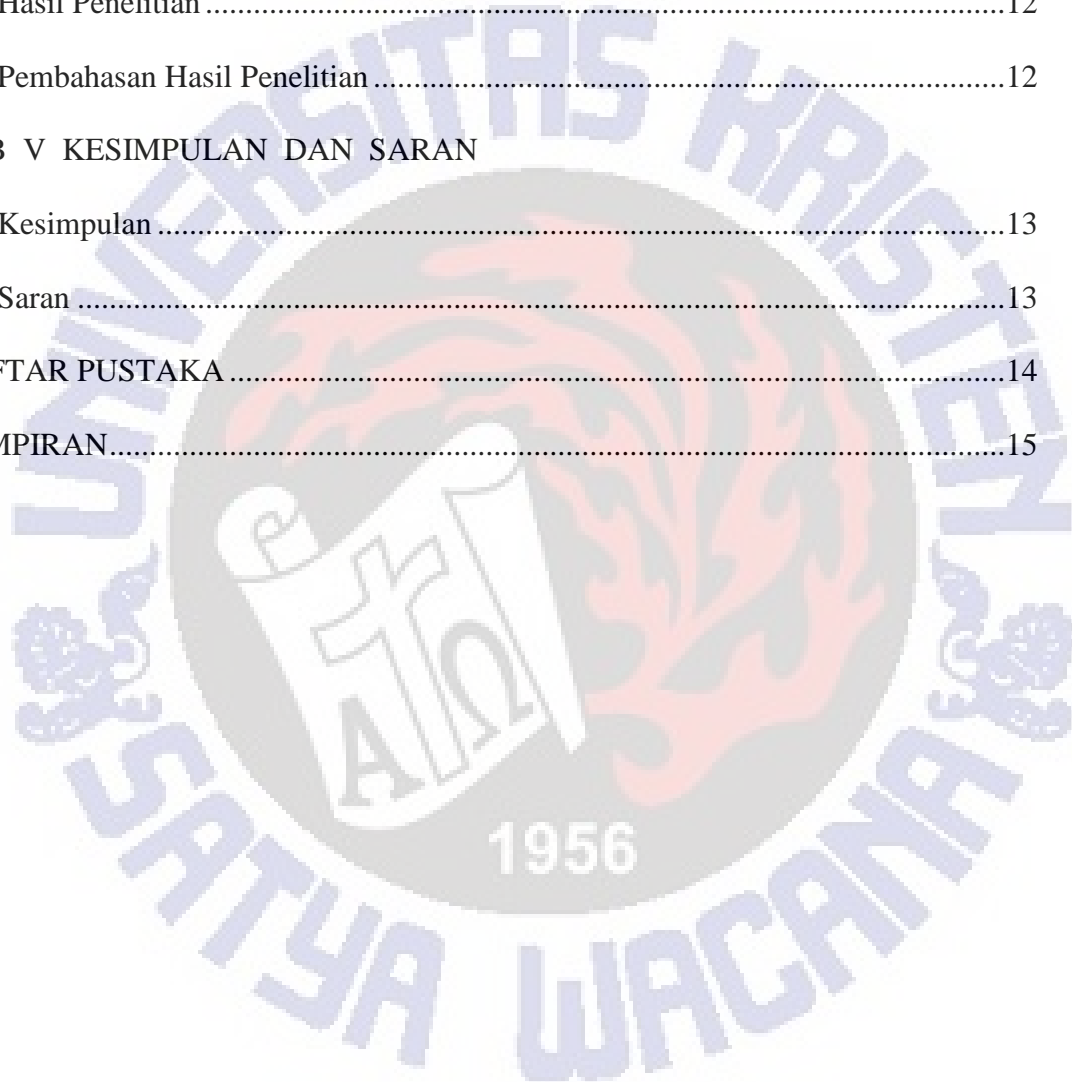
Salatiga,Februari 2016

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman judul.....	i
Kata pengantar	ii
Lembar Pengesahan	iii
Lembar Persetujuan	iv
Abstrak.....	v
Daftar Isi	vi
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian.....	2
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Signifikansi Penelitian	4
1.6 Keterbatasan Masalah.....	4
BAB II : LANDASAN TEORI	
2.1 Konsep Strategi	5
2.2 Pengertian Marketing Mix	5
2.3 Unsur-Unsur Marketing Mix	6
2.4 Fungsi-Fungsi Marketing Mix.....	6
2.5 Tujuan Marketing Mix.....	7
2.6 Komponen-Komponen Marketing Mix	7
2.7 Hasil Penelitian Terdahulu.....	8
2.8 Kerangka Berpikir.....	8
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Jenis dan Metode Penelitian.....	9

3.2 Satuan Pengamatan dan Satuan Analisis	9
3.3 Data,Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	10
3.4 Instrumen Penelitian	11
3.5 Analisis Data.....	11
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	12
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	12
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	13
5.2 Saran	13
DAFTAR PUSTAKA.....	14
LAMPIRAN.....	15



ABSTRAK

Sub sistem adalah strategi, antara strategi yang satu dengan strategi yang lain dalam satu sistem itu saling berkaitan. Sedangkan metode itu merupakan dari komponen dari strategi. Strategi marketing mix adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan inti dari sistem pemasaran perusahaan, yaitu produk, harga, kegiatan promosi dan sistem distribusi. Pada penelitian ini obyek yang diambil adalah manajer, supervisor, dan pramuniaga.

Jenis penelitian yang digunakan merupakan deskriptif. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis data setelah turun ke lapangan akan di analisis dengan menggunakan model interaktif Miles & Huberman.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dalam marketing mix di Toserba Ada Baru terdapat 4 tahapan, dalam strategi tersebut masih terdapat beberapa resiko yang disengaja dalam proses pemberian kepada pedagang eceran dengan berbagai alasan dan pertimbangan. Selain terdapat strategi dalam pelaksanaan strategi pedagang eceran, terdapat pula komponen-komponen yang digunakan. Komponen yang dilaksanakan dalam strategi marketing mix memiliki 6 komponen yang dilaksanakan di Toserba Ada Baru, dari pihak perusahaan masih jarang atau kurang teliti dalam memperhatikan pelayanan kepada calon pembeli yang membeli di toserba ada baru tersebut.

Kata Kunci : Strategi Marketing Mix (pasar eceran)

