

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN INOVASI PRODUK
DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN DI ERA
EKONOMI INDUSTRI 4.0**

(Studi pada Usaha Pos Ketan Legenda 1967)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi



Disusun oleh :

Aditya Khrisma Eka Saputra

Nomor Pokok : K.2016.1.33827

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Marketing

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)

MALANGKUCEWARA

PROGRAM STUDI MANAGEMENT

MALANG

2020

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN DI ERA EKONOMI INDUSTRI 4.0 (STUUDI PADA POS KETAN LEGENDA 1967)

Oleh :

ADITYA KHRISMA EKA SAPUTRA

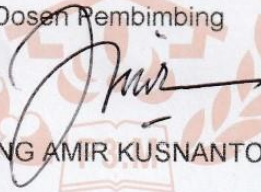
K.2016.1.33827

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :

02 Maret 2020 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Drs. ANANG AMIR KUSNANTO , MM

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkuçeçwara



Drs. BUNYAMIN , M.M., Ph.D

NIK 202.710.182

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 14 Maret 2020

Aditya Khrisma Eka Saputra



Npk : K.2016.1.33827

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SUPRI
Sebagai : Pemilik
Usaha : Pos Ketan Legenda 1967

Menerangkan bahwa :

Nama : Aditya Khrisma Eka Saputra
Nomor Pokok : K.2016.1.33827
Program Studi : Manajemen

Mahasiswa tersebut telah melakukan penelitian di Pos Ketan Legenda 1967 untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian skripsi yang berjudul :

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN INOVASI PRODUK DALAM
MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN DI ERA EKONOMI INDUSTRI 4.0 (STUDI
PADA POS KETAN LEGENDA 1967)

Demikian surat keterangan ini disampaikan, agar digunakan sebagaimana mestinya.

Batu, 20 Januari 2020



SUPRI

Riwayat Hidup

Nama : Aditya Khrisma Eka Saputra
Tempat dan Tanggal Lahir : Jombang, 30 Mei 1998
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : Jl. Tarimin Rt/Rw 05/06 Tlekung, Junrejo, Batu
Agama : Islam
Nama Ayah : Marzuki
Nama Ibu : Siami
Riwayat Pendidikan : 1. SDN Tlekung 02 Batu
2. SMP Negeri 03 Batu
3. SMA Negeri 02 Batu

Malang, 14 Maret 2020

Penulis,

Aditya Khrisma Eka S

Ucapan Terima Kasih

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis telah mampu menyelesaikan penulisan karya ilmiah yang berjudul “analisis strategi pemasaran dan inovasi produk dalam meningkatkan kinerja pemasaran di era ekonomi industri 4.0” (studi pada Pos Ketan Legenda 1967). Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan bimbingan dan dukungan semua pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT, karena hanya dengan izin dan karunianya maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya. Puji syukur yang tak terhingga pada Allah SWT yang telah meridhoi dan mengabulkan segala doa.
2. Kepada kedua orang tua tercinta yang selama ini telah membantu peneliti dalam bentuk perhatian, kasih sayang, semangat, serta doa yang tidak henti-hentinya mengalir demi kelancaran dan kesuksesan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Bunyamin, MM, Ph.D selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Malangkuçeçwara Malang yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menjalani studi di STIE Malangkuçeçwara Malang.
4. Ibu Dra. Lindananty, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Malangkuçeçwara Malang.
5. Bapak Drs. Anang Amir Kusnanto, MM selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, dukungan, dan semangat kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Ibu Dra. Lailatus Saadah, MSi., Ak selaku dosen wali yang selalu memberikan arahan, dukungan, motivasi, dan semangat dari awal menjadi mahasiswa hingga saat ini.
7. Segenap dosen dan seluruh staf akademik yang selalu membantu dalam memberikan fasilitas, ilmu, serta pendidikan pada peneliti hingga dapat menunjang dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Pihak Pos Ketan Legenda 1967 yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk dapat melangsungkan penelitian dan memperoleh data, terutama kepada Bapak Supri yang sudah membantu dalam proses pengambilan data.

9. Dianita pertiwi selaku kekasih saya yang selalu memberikan motivasi dan semangat tiada henti. Nasihat dan saran yang diberikan adalah hal yang menolong dan membuat saya tersadar untuk berusaha lebih baik dan bekerja lebih keras.
10. Sahabat lama, Rangga Arif, Dandy Adul, Mira Wahyu dan Helyana Intan yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk tidak menyerah dalam penulisan skripsi.
11. Teman-teman seperjuangan kelas Manajemen B yang sama-sama berjuang dan selalu memberikan banyak bantuan, semangat, motivasi serta dukungan dalam penyelesaian skripsi.
12. Teman-teman seperjuangan bimbingan skripsi Oggi Fahmi dan Deni Chayanti orang yang selalu memberikan dorongan demi terselesainya skripsi ini.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas segalanya.

Malang, 14 Maret 2020

Aditya Khrisma Eka S

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dan inovasi produk yang digunakan pada usaha Pos Ketan Legenda 1967 dalam meningkatkan kinerja pemasaran di era ekonomi industri 4.0. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini mengambil lokasi di Pos Ketan Legenda di Jl. Kartini No.6, Sisir, Batu dan di Jl. Soekarno-Hatta, Lowokwaru, Malang. Teknik pengambilan data menggunakan wawancara dan observasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan adalah *segmenting market, targeting market, positioning market* dan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Untuk inovasi produknya adalah dengan menambah beberapa varian rasa yang dahulunya hanya 3 varian rasa. Selain itu, dengan menambah menu makanan lain atau camilan. Pos Ketan Legenda dalam meningkatkan kinerja pemasarannya di era ekonomi industri 4.0 secara keseluruhan cukup menurun dilihat dari omset per tahunnya. Dilihat pada tahun terakhir 2018 dan 2019 terjadi penurunan yang diakibatkan banyaknya pesaing dan tidak cepat menyikapi perubahan yang terjadi.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Inovasi Produk dan Kinerja Pemasaran

ABSTRAK

This study aims to determine the strategies and product innovations used in the Pos Ketan Legenda 1967 business in improving marketing performance in the industrial economy era 4.0. This type of research is a qualitative descriptive study. This study took place at the Ketan Legenda Post on Jl. Kartini No.6, Sisir, Batu and on Jl. Soekarno-Hatta, Lowokwaru, Malang. Data collection techniques using interviews and observation.

The results of this study indicate that the strategies used are market segmentation, targeting market, market positioning and marketing mix strategies. For product innovation is to add several flavors which were previously only 3 flavors. In addition, by adding other food menus or snacks. Pos Ketan Legenda in improving its marketing performance in the era of the industrial economy 4.0 as a whole is quite declining seen from its annual turnover. Viewed in the last year 2018 and 2019 there was a decline due to the large number of competitors and did not quickly respond to the changes that occurred.

Keywords: *Marketing Strategy, Product Innovation and Marketing Performance*

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat karunia dan hidayah-Nya serta kesempatan yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul : Analisis Strategi Pemasaran dan Inovasi Produk dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran di Era Ekonomi Industri 4.0 (Studi pada Pos Ketan Legenda 1967)

Sangat disadarkan bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang penulis miliki, meskipun telah mengerahkan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi penulis menyadari masih banyak kekurang tepatan dalam penyajian tulisan di skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Malang, 14 Maret 2020

Penulis,

Aditya Khrisma Eka S

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	
SURAT KETERANGAN RISET	
RIWAYAT HIDUP	
UCAPAN TERIMA KASIH	
ABSTRAK BAHASA INDONESIA	
ABSTRAK BAHASA INGGRIS	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Strategi Pemasaran	8
2.2.1. Pengertian Strategi	8
2.2.1. Pengertian Pemasaran	8
2.2.2. Pengertian Strategi Pemasaran	9
2.2.3. Fungsi Strategi Pemasaran	10
2.2.4. Tujuan Strategi Pemasaran.....	12
2.2.5. Konsep Strategi Pemasaran.....	12
2.2. Inovasi Produk	13
2.2.1. Pengertian Inovasi.....	13
2.2.2. Unsur Inovasi	14
2.2.3. Tipe & Karakteristik Inovasi.....	15

2.2.4. Sumber-sumber Inovasi	15
2.2.5. Pengertian Produk	16
2.2.6. Pengembangan Produk.....	16
2.2.7. Pengertian Inovasi Produk	17
2.3. Kinerja Pemasaran	18
2.4. Era Ekonomi Industri 4.0	19
2.5. Penelitian Terdahulu	21
2.6. Kerangka Berpikir	29
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1. Jenis Penelitian.....	32
3.2. Informan & Situs Penelitian.....	33
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4. Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV PEMBAHASAN	39
4.1. Deskripsi Lokasi (Situs) Penelitian.....	39
4.1.1. Visi & Misi Pos Ketan Legenda 1967	40
4.1.2. Daftar Menu & Harga di Pos Ketan Legenda 1967	40
4.1.3. Tenaga Kerja di Pos Ketan Legenda.....	42
4.1.4. Omset Penjualan Pos Ketan Legenda 1967	42
4.2. Informan Penelitian.....	43
4.3. Temuan Penelitian.....	45
4.3.1. Strategi Pemasaran.....	45
4.3.1.1. <i>Segmenting Market</i>	45
4.3.1.2. <i>Targeting Market</i>	46
4.3.1.3. <i>Positioning Market</i>	46
4.3.1.4. <i>Product</i>	46
4.3.1.5. <i>Place</i>	47
4.3.1.6. <i>Price</i>	47
4.3.1.7. <i>Promotion</i>	47
4.3.1.8. <i>People</i>	48
4.3.1.9. <i>Physical Evidence/Bukti Fisik</i>	48
4.3.1.10. <i>Process</i>	48

4.3.1.11. <i>Perluasan Bisnis</i>	49
4.3.2. Inovasi Produk	49
4.3.3. Kinerja Pemasaran	50
4.4. Pembahasan.....	50
4.4.1. Strategi Pemasaran	51
4.4.2. Inovasi Produk	54
4.4.3. Kinerja Pemasaran	54
BAB V PENUTUP	56
5.1. Kesimpulan	56
5.2. Kontribusi Penelitian	57
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	57
5.4. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN-LAMPIRAN	62

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tipe & Karakteristik Inovasi	15
Tabel 2.2. Rekapitulasi Hasil Penelitian Terdahulu	25
Tabel 4.1. Jumlah Cabang Usaha Pos Ketan Legenda 1967.....	39
Tabel 4.2. Daftar Menu Pos Ketan Legenda di Batu.....	40
Tabel 4.3. Daftar Menu Pos Ketan Legenda di Malang	41
Tabel 4.4. Omset Penjualan Pos Ketan Legenda di Batu	43
Tabel 4.5. Omset Penjualan Pos Ketan Legenda di Malang	43
Tabel 4.6. Daftar Karyawan yang diwawancarai di Pos Ketan Batu	43
Tabel 4.6. Daftar Karyawan yang diwawancarai di Pos Ketan Malang ...	44
Tabel 4.7. Daftar Konsumen yang diwawancarai di Pos Ketan Batu.....	44
Tabel 4.8. Daftar Konsumen yang diwawancarai di Pos Ketan Malang...	45
Tabel 4.9. Daftar Menu Makanan Tambahan di Pos Ketan Malang	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Berpikir	31
-------------------------------------	----