

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
PADA ULEKBULU *CLOTHING* KOTA PADANG**

TUGAS AKHIR

*Diajukan kepada tim penguji Tugas Akhir Program Studi
Manajemen Perdagangan (DIII) sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Ahli Madya*



Oleh:

**HAFIZ ARDA PRADANA
15134032/2015**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PERDAGANGAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2019**

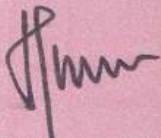
PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
PADA ULEKBULU CLOTHING KOTA PADANG**

Nama : Hafiz Arda Pradana
NIM/TM : 15134032/2015
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi

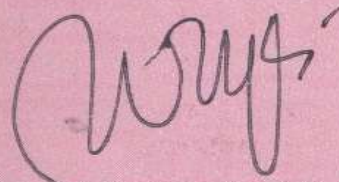
Padang, Juli 2019

Diketahui Oleh,
Koordinator Program Diploma III
Manajemen Perdagangan



Firman, S.E. M.Sc
NIP.19800206 200312 1 004

Disetujui Oleh,
Pembimbing Tugas Akhir



Whyosi Septrizola, S.E, MM
NIP.19790905 200312 2 001

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA ULEKBULU CLOTHING KOTA PADANG

Nama : Hafiz Arda Pradana
NIM/TM : 15134032/2015
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi

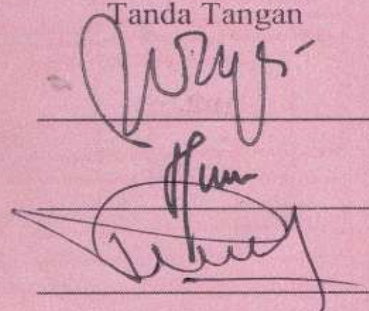
Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Padang, Juli 2019

Tim penguji

Nama	
Whyosi Septrizola, S.E, MM	(Ketua)
Firman, S.E, M.Sc	(Anggota)
Thamrin, S.Pd, MM	(Anggota)

Tanda Tangan



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hafiz Arda Pradana
Thn. Masuk/NIM : 2015/15134032
Tempat/Tgl. Lahir : Padang / 28 April 1997
Program Studi : Diploma III
Keahlian : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Komplek Taruko Blok O Nomor 11 Tabing Banda Gadang
Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Ulekbulu Clothing Kota Padang

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji, dan ketua program studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan berlaku.

Padang, Juli 2019



Hafiz Arda Pradana
NIM. 15134032

ABSTRAK

Judul : Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Ulekbulu *Clothing* Kota Padang
Pembimbing : Whyosi Septrizola S.E, M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Ulekbulu *Clothing* Kota Padang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Peneliti melakukan wawancara langsung kepada pihak toko tentang bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Ulekbulu *Clothing* Kota Padang.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat diperoleh hasil bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh Ulekbulu *Clothing* Kota Padang, yaitu: 1) Memilih pasar dengan menargetkan penjualan kepada kalangan remaja dan dewasa; 2) Strategi produk dengan memperhatikan penampilan produk dan kualitas bahan produk. Selain itu, untuk meningkatkan penjualan Ulekbulu *Clothing* Kota Padang juga memperhatikan STP, yaitu: 1) Segmentasi demografis, segmentasi geografis, dan segmentasi psikologis. 2) *Targeting* dengan mengevaluasi segmen pasar, memilih segmen pasar sasaran, dan memilih strategi penetapan sasaran. 3) *Positioning* berdasarkan atribut, *positioning* berdasarkan harga dan kualitas, dan *positioning* berdasarkan pesaing.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran.

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat, dan karuniaNya kepada penulis, sehingga dengan demikian penulis dapat menyusun dan menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Ulekbulu *Clothing* Kota Padang.”** Penulisan tugas akhir ini bertujuan sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk memperoleh gelar Ahli Madya.

Shalawat dan salam penulis hadiahkan buat Nabi kita Muhammad SAW. Karena dengan tuntunan beliau kita sebagai umat yang berfikir dapat meninggalkan zaman jahiliyah dan beranjak ke zaman yang lebih beradab.

Selama masa kegiatan penelitian hingga sampai tersusunnya tugas akhir ini, penulis banyak mendapatkan bantuan serta dorongan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Whyosi Septrizola, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan ilmu, pengarahan, perhatian, dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Selanjutnya saya juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr.Idris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Firman, SE, M.Sc selaku Ketua Prodi Diploma III Manajemen Perdagangan yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis.

3. Bapak Gesit Thabrani, S.E, MT selaku dosen pembimbing akademik yang telah memperlancar dan membantu dalam menyelesaikan perkuliahan.
4. Bapak dan Ibu staf pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membantu penulis selama menuntut ilmu di kampus ini.
5. Staf administrasi program studi Diploma III yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam mengurus berbagai keperluan administrasi.
6. Bapak dan ibu staf perpustakaan pusat dan ruang baca Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membantu penulis untuk menemukan sumber referensi dalam tugas akhir ini.
7. Teristimewa penulis ucapkan kepada Mama dan Papa orang tua penulis yang telah banyak memberikan dukungan dan bantuan, sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Kepada pihak Ulekbulu *Clothing* Kota Padang yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dan membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Kepada teman-teman Mahasiswa Prodi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Semoga Allah SWT memberikan imbalan yang setimpal untuk segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis berupa pahala dan kemuliaan di sisi-Nya, Amiin

Padang, Mei 2019

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Pemasaran	8
B. Konsep Pemasaran	9
C. Strategi Pemasaran	12
D. Segmentasi, <i>Targeting</i> , dan <i>Positioning</i>	14
E. Omzet Penjualan	19
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Bentuk Penelitian	20
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	20
1. Lokasi Penelitian	20
2. Waktu Penelitian	20
C. Rancangan Penelitian	20
1. Jenis Penelitian	20
2. Tahapan Penelitian	21
3. Objek Penelitian	21
4. Sumber Data	22
5. Teknik Analisis Data	22

BAB IV PEMBAHASAN

A. Profil Perusahaan	23
1. Sejarah Singkat Ulekbulu <i>Clothing</i> Kota Padang	23
2. Logo dan Profil Usaha	28
3. Visi dan Misi Ulekbulu <i>Clothing</i> Kota Padang	29
4. Struktur Organisasi	29
5. Proses Produksi Ulekbulu <i>Clothing</i> Kota Padang	31
B. Pembahasan	32
1. Strategi Pemasaran	32
2. Analisis STP	34

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	41
B. Saran	42

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR WAWANCARA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Total Penjualan Ulekbulu <i>Clothing</i> Kota Padang dan Kadai Tangkelek Tahun 2016-2017	4
Tabel 4.1. Total Penjualan Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.2. Total Penjualan Berdasarkan Pendapatan	34
Tabel 4.3. Total Penjualan Berdasarkan Usia	35
Tabel 4.4. Total Penjualan Berdasarkan Profesi	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Toko Ulekbulu <i>Clothing</i> Kota Padang	3
Gambar 4.1. Kaos Ulekbulu <i>Clothing</i> Kota Padang	24
Gambar 4.2. Jaket Ulekbulu <i>Clothing</i> Kota Padang	25
Gambar 4.3. Sweater Ulekbulu <i>Clothing</i> Kota Padang	26
Gambar 4.4. Sandal Ulekbulu <i>Clothing</i> Kota Padang	26
Gambar 4.5. Topi Ulekbulu <i>Clothing</i> Kota Padang	27
Gambar 4.6. Gelang Ulekbulu <i>Clothing</i> Kota Padang	27
Gambar 4.7. Logo Ulekbulu <i>Clothing</i> Kota Padang	28
Gambar 4.8. Struktur Organisasi Ulekbulu <i>Clothing</i> Kota Padang	29
Gambar 4.9. Dokumentasi Membuka Lapak	38

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia banyak memiliki keragaman budaya dan juga banyak yang mempunyai keunikan tertentu. Kita sebagai warga negara Indonesia harus bisa melestarikan kebudayaan tersebut. Salah satu cara melestarikan kebudayaan Indonesia adalah melalui produk asli Indonesia. Saat ini telah banyak produk yang digunakan untuk mengenalkan kebudayaan dari berbagai daerah di Indonesia, seperti: pakaian, kuliner, alat musik, dan jenis produk lain yang khas dari setiap daerah. Masing-masing produk tersebut dapat digunakan sebagai *souvenir* atau cinderamata bagi setiap wisatawan atau masyarakat yang berkunjung ke suatu daerah di Indonesia.

Salah satu produk yang dapat mendukung dalam melestarikan budaya di Indonesia adalah pakaian. Pakaian tentunya sudah banyak di Indonesia, namun hanya sedikit industri pakaian yang memiliki visi untuk melestarikan kebudayaan Indonesia, seperti: Kaos Nyesnyes khas Kota Palembang, Dagadu khas Kota Yogyakarta, Kelaguan *Clothing* khas Betawi dan Dadung khas Kota Bandung. Beberapa industri pakaian tersebut telah menjadi *icon* karena telah mengenalkan kebudayaan daerahnya masing-masing.

Untuk dapat bertahan dalam menghadapi berbagai kondisi ekonomi yang berubah-ubah, maka perusahaan berupaya untuk lebih mengefektifkan strategi pemasarannya. Pengertian dari strategi pemasaran

menurut Kotler dan Keller (2009): “Strategi Pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya, strategi pemasaran juga berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, dan besarnya pengeluaran pemasaran.” Bagi perusahaan yang berorientasi pelanggan, maka perusahaan tersebut akan memikirkan cara memasarkan produk yang terbaik dan menjaga kualitas perusahaan.

Aktivitas *marketing* atau pemasaran dalam sebuah bisnis merupakan ujung tombak yang menentukan kelangsungan jalannya bisnis tersebut. Dengan strategi yang tepat, maka hal tersebut akan membuat produk atau jasa yang di produksi akan dikenal banyak orang, meningkatkan *volume* penjualan, dan nantinya akan menghasilkan penjualan yang tinggi.

Namun kesalahan dalam pemasaran juga sering kali terjadi yang diakibatkan karna kurangnya pengalaman oleh si pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas pemasaran. Salah satu industri jasa yang sangat memperhatikan aktivitas *marketing* atau pemasaran adalah industri pakaian atau distro, misalnya Ulekbulu *Clothing* Kota Padang.

Ulekbulu *Clothing* Kota Padang merupakan industri pakaian yang memiliki visi untuk mengenalkan kebudayaan Minangkabau melalui produk yang dihasilkan yang berada di kota Padang. Produk yang dihasilkan berupa kaos, jaket, sandal, gelang, dan topi. Semua produk tersebut telah banyak dijadikan *souvenir* untuk wisatawan dan masyarakat dengan konsep memperkenalkan kebudayaan Minang yang menjadi khas

dari Sumatera Barat. Tetapi Ulekbulu *Clothing* Kota Padang lebih terpusat dalam memproduksi baju kaos karena menurut tingkat penjualan baju kaos lebih unggul jika dibandingkan dengan produk yang lainnya. Hal ini dibuktikan dengan adanya variasi terhadap produk kaos setiap bulannya memiliki desain yang berbeda. Sedangkan untuk produk yang lainnya, jarang sekali mengalami perubahan, seperti yang dijelaskan oleh saudara Dedet selaku *owner* atau pemilik Ulekbulu *Clothing*. Berikut ini adalah gambar Toko Ulekbulu *Clothing* Kota Padang:



Gambar 1.1. Toko Ulekbulu *Clothing* Kota Padang
Sumber: Ulekbulu *Clothing*, Tahun 2019.

Ulekbulu *Clothing* Kota Padang bertempat di jalan Lubuk Begalung No. 23 A Padang dan sudah memiliki cabang di daerah Gunung Pangilun tepatnya di Jalan Gajah Mada No. 21 B Padang. Ulekbulu *Clothing* Kota Padang memiliki konveksi yang berdomisili di kota Bandung. Menurut saudara Dedet, berdirinya distro Ulekbulu atau yang biasa disebut Ulekbulu *Clothing* Kota Padang karena beliau melihat

peluang usaha yang sangat menggiurkan dan bisa mendapatkan keuntungan yang besar.

Sebagai salah satu industri pakaian yang memiliki banyak pesaing dengan produk dan visi yang sama contohnya adalah Kadai Tangkelek. Kadai Tangkelek adalah industri pakaian yang bertemakan bahasa Minang pertama di daerah Sumatra Barat. Tentu saja Ulekbulu *Clothing* Kota Padang harus bisa mempelajari bagaimana cara memasarkan produk yang baik seperti yang sudah dilakukan sebelumnya oleh Kadai Tangkelek. Berikut ini adalah total penjualan Ulekbulu *Clothing* Kota Padang dan Kadai Tangkelek Tahun 2016-2017:

Tabel 1.1. Total Penjualan Ulekbulu *Clothing* Kota Padang dan Kadai Tangkelek Tahun 2016-2017

Tahun	Ulekbulu <i>Clothing</i> Kota Padang	Kadai Tangkelek
2016	Rp 350.000.000,-	Rp 455.000.000,-
2017	Rp 383.000.000,-	Rp 650.000.000,-

Sumber: Ulekbulu *Clothing* Kota Padang dan Kadai Tangkelek, Tahun 2018.

Tabel 1.1 menjelaskan bahwa tingkat penjualan Ulekbulu *Clothing* Kota Padang dan Kadai Tangkelek mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Jumlah penjualan diprediksi akan terus mengalami penambahan, sehingga menjadi peluang bagi perkembangan produk Ulekbulu *Clothing* Kota Padang. Tetapi jika dibandingkan tingkat penjualan pada Kadai Tangkelek lebih tinggi dibandingkan dengan Ulekbulu *Clothing*. Dengan demikian, hal ini perlu mendapatkan perhatian yang serius dari pihak Ulekbulu *Clothing* Kota Padang.

Ulekbulu *Clothing* Kota Padang harus mampu mencari inovasi atau strategi pemasaran yang baru agar dapat terus bertahan dan mampu mengembangkan usahanya. Tentu saja hal ini harus didukung dengan beberapa tujuan jangka panjang supaya usaha ini bisa bertahan lama. Menurut saudara Dedet selaku *owner* atau pemilik Ulekbulu *Clothing* Kota Padang, beliau ingin menjadikan produknya sebagai *brand* yang khas dari Sumatera Barat.

Untuk mencapai pemasaran yang tinggi, tentunya perlu merancang perspektif penawaran dengan melalui proses segmentasi pasar. Menurut Fandy (2012:150), ada 3 proses untuk melakukan segmentasi pasar sebagai berikut: “Segmentasi pasar, *targeting*, dan *positioning*.” Tujuannya adalah agar perusahaan bisa membangun hubungan yang benar dan dengan pelanggan yang tepat, sehingga dapat tercapai strategi pemasaran yang tepat.

Berdasarkan analisa awal penulis, Ulekbulu *Clothing* Kota Padang telah melakukan STP, yaitu dengan segmentasi pada kaum remaja terutama pelajar atau mahasiswa, *targeting* kepada pelajar atau mahasiswa yang menyukai *brand* lokal dan menyukai budaya Minang. Selain itu, Ulekbulu *Clothing* Kota Padang berada di tempat yang strategis, yaitu cukup dekat dengan kawasan kampus dan *positioning* yang dilakukan Ulekbulu *Clothing* Kota Padang, yaitu produk Ulekbulu *Clothing* Kota Padang telah dipakai oleh beberapa artis terkenal, seperti: Komo Ricky dan Rin Hermana. Produk Ulekbulu *Clothing* Kota Padang juga memiliki

bahan yang berkualitas dan nyaman dipakai. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: "**Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Ulekbulu *Clothing* Kota Padang.**"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: “Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Ulekbulu *Clothing* Kota Padang.”

C. Tujuan Penelitian

Adapun setiap penelitian selalu ada tujuan yang harus dicapai. Adapun tujuan dari penulisan ini adalah: Untuk mengetahui bagaimana cara strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Ulekbulu *Clothing* Kota Padang.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sarana untuk mengembangkan teori atau keilmuan tentang

strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Ulekbulu *Clothing* Kota Padang.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis, hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai syarat mendapatkan gelar Ahli Madya dan menambah pengetahuan tentang manajemen dalam upaya meningkatkan strategi pemasaran.
- b. Bagi Ulekbulu *Clothing* Kota Padang, sebagai masukan dan pertimbangan bagi pimpinan dalam menyempurnakan kebijaksanaan manajemen terutama dalam bidang peningkatan strategi pemasaran.

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan pada usaha Ulekbulu *Clothing* Kota Padang, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Ulekbulu *Clothing* Kota Padang adalah:
 - a. Memilih pasar dengan menargetkan pemasaran dan penjualan kepada masyarakat umum khususnya kalangan remaja dan dewasa.
 - b. Strategi produk dengan menilai sendiri setiap produk yang akan dipasarkan supaya mendapatkan respon yang positif dari calon konsumen.
2. Segmentasi utama Ulekbulu *Clothing* Kota Padang adalah mencakup dari kalangan remaja dan dewasa. Dengan harga yang terjangkau dan produk yang berkualitas serta mempunyai desain kaos unik yang berciri khas Minangkabau membuat produsen yakin kalau produk ini akan diminati konsumen khususnya masyarakat Minangkabau.
3. *Targeting* pasar pada Ulekbulu *Clothing* Kota Padang adalah pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum serta kalangan atas ataupun bawah karena Ulekbulu *Clothing* Kota Padang memberikan harga yang sangat terjangkau.

4. *Positioning* yang dilakukan Ulekbulu *Clothing* Kota Padang menempatkan dirinya sebagai pembuat baju kaos dengan ciri khas Minangkabau.

B. Saran

Berdasarkan simpulan tersebut dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran harus ditingkatkan lagi tetapi tetap memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan, sehingga dapat memperoleh keuntungan yang maksimal.
2. Produk yang dihasilkan sudah cukup baik tapi cukup sedikit ditambahkan produk untuk usia anak-anak.
3. Promosi penjualan sebaiknya dilakukan lebih sering lagi agar masyarakat lebih mengenal produk Ulekbulu *Clothing* Kota Padang.

DAFTAR PUSTAKA

- Cannon, Perreault dan McCarthy. 2008. *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, Dedi Adriana. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. edisi 13 Jilid 2. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Riduwan. 2008. *Skala pengukuran variabel-variabel penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sofjan Assauri. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ni Putu Ayu Yulia Dewi, Made Antara, I Kentut Rantau. 2017. *Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Pemasaran Beras Merah Organik Jatiluwih Bali di Provinsi Bali*. Denpasar: Universitas Udayana