

**BAURAN PEMASARAN PERABOT PADA CV. AYYU PERABOT**

**PADANG**

**TUGAS AKHIR**

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen (DIII)  
Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya*



**Oleh  
DONI  
58002/2010**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERDAGANGAN  
PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2014**

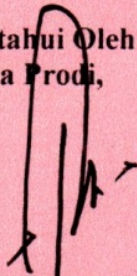
**PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

**BAURAN PEMASARAN PERABOT PADA CV. AYU PERABOT PADANG**

**Nama** : Doni  
**NIM** : 58002  
**Program Studi** : Manajemen (D III)  
**Fakultas** : Ekonomi

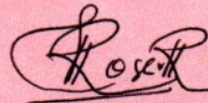
**Padang, Agustus 2014**

Diketahui Oleh  
Ketua Prodi,



**Perengki Susanto, SE, M.Sc**  
NIP. 19810404 200501 1 002

Diketahui Oleh  
Pembimbing,



**Rose Rahmidani, S.Pd, MM.**  
NIP. 19790806 200801 2 013

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

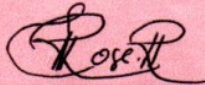
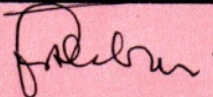
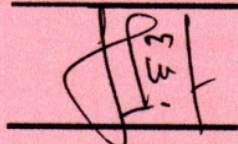
**BAURAN PEMASARAN PERABOT PADA CV. AYU PERABOT PADANG**

**Nama** : Doni  
**NIM** : 58002  
**Program Studi** : Manajemen (D III)  
**Fakultas** : Ekonomi

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

**Padang, agustus 2014**

**Tim Penguji**

<b>Nama</b>		<b>Tanda tangan</b>
<b>Rose Rahmidani, S.Pd,MM</b>	<b>(Ketua)</b>	
<b>Gesit Thabrani, SE, MT</b>	<b>(Anggota)</b>	
<b>Muthia Roza Linda, SE, MM</b>	<b>(Anggota)</b>	

## ABSTRAK

**Doni(58002/2010) : Bauran Pemasaran Perabot Pada CV. Ayyu Perabot Padang**

**Pembimbing : Rose Rahmidani, S.Pd,MM.**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana bauran pemasaran yang baik digunakan oleh sebuah perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada sebuah usaha perabot yaitu CV. Ayyu Perabot Padang. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data baik secara primer maupun sekunder. Data primer dimana data langsung diambil dengan observasi dan wawancara dengan pemilik usaha CV. Ayyu Perabot Padang sedangkan data skunder data yang sudah jadi seperti: harga dan laporan penjualan.

Berdasarkan hasil penelitian pada pembahasan mengenai bauran pemasaran yang dilakukan oleh CV. Ayyu Perabot Padang, maka dapat disimpulkan bahwa CV. Ayyu Perabot Padang merupakan usaha perabot yang baru berkembang di kota Padang. Secara keseluruhan pemasaran CV. Ayyu Perabot Padang sudah bagus sesuai konsep teori aplikasi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang ada. Walaupun masih ada kekurangan-kekurangan yang dimiliki, seperti promosi.

Saran untuk CV. Ayyu Perabot Padang perlu adanya peningkatan implementasi bauran pemasaran (*marketing mix*) pada usaha CV. secara keseluruhan kinerja CV. Ayyu Perabot Padang ini cukup bagus, namun dilihat dari semua implementasi bauran pemasaran (*marketing mix*) ini masih ada kelemahan atau kekurangan, seperti: 1. Promosi (*promotion*),sebaiknya CV. Ayyu Perabot Padang lebih memanfaatkan teknologi modern zaman sekarang untuk meningkatkan promosinya yaitu seperti: membuat iklan pada brosur, Radio dan Koran. Agar CV. Ayyu Perabot Padang dikenal masyarakat dikota Padang maupun diluar kota Padang. 2. Pemasaran CV. Ayyu Perabot Padang hendaknya tidak tilakukan hanya dikota Padang saja tetapi juga dilakukan di luar kota Padang.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan terima kasih kepada Allah Swt yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.

Tugas Akhir ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mencapai gelar Ahli Madya pada Program Diploma III Ekonomi Universitas Negeri Padang. Judul Tugas Akhir ini adalah “**Bauran Pemasaran Perabot Pada CV. Ayyu Perabot Padang**”

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini banyak pihak yang telah membantu penulis. Untuk itulah pada kesempatan yang bahagia ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Ibu Rose Rahmidani, S.Pd.MM selaku pembimbing tugas akhir penulis
2. Bapak Yunia Wardi, Drs, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
3. Bapak/ibu, selaku Pembantu Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
4. Bapak Perengki Susanto, SE. M.Sc selaku ketua Prodi DIII Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
5. Bapak Firman, SE. M. Sc, selaku Sekretaris Prodi DIII Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
6. Bapak Gesit Thabrani, SE, MT selaku penguji tugas akhir penulis
7. Ibu Muthia Roza Linda, SE, MM selaku penguji tugas akhir penulis
8. Seluruh dosen dan karyawan/karyawati Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Semoga segala bimbingan, bantuan dan dorongan yang telah diberikan menjadi kebaikan dan diridhoi oleh Allah SWT. Penulis telah menyelesaikan tugas akhir ini dengan segala kemampuan, namun penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis mengharapkan kritikan dan saran sifatnya membangun sehingga menjadi sumbangan yang berarti bagi pendidikan di masa yang akan datang. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat

bermanfaat bagi kita semua. Atas perhatian dari semua pihak penulis mengucapkan terima kasih.

Padang,.....Juli 2014

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman

### HALAMANJUDUL

ABSTRAK .....	i
KATAPENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTARTABEL .....	vi
DAFTAR LAMPIRAN .....	vii

### BABI PENDAHULUAN

A. LatarBelakang .....	1
B. Perumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6

### BABII TINJAUAN PUSTAKA

A. Bauran pemasaran.....	7
1. Produk( <i>Product</i> ) .....	8
2. Harga( <i>Price</i> ) .....	11
3. Promosi( <i>Promotion</i> ) .....	16
4. Distribusi( <i>Place</i> ).....	19

### BABIII METODE PENELITIAN

A. Bentuk Penelitian .....	23
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	23
C. Rancangan Penelitian .....	23
1. Jenis penelitian .....	23
2. Tahap penelitian .....	24
3. Objek penelitian .....	25
4. Sumber data .....	25
5. Teknik analisis .....	25

## **BABIV PEMBAHASAN**

A. Profil Perusahaan .....	27
1. Sejarah CV. Ayyu Perabot Padang .....	27
2. Visi, MisiCV. Ayyu Perabot Padang.....	28
3. Struktur Organisasi CV. Ayyu Perabot Padang.....	28
4. Proses produksi CV. Ayyu Perabot Padang.....	29
5. Analisis lingkungan CV. Ayyu Perabot Padang.....	30
6. Data internal CV. Ayyu Perabot Padang .....	32
B. Pembahasan .....	37
1. Produk( <i>Product</i> ) .....	37
2. Harga( <i>Price</i> ) .....	39
3. Promosi( <i>Promotion</i> ).....	41
4. Distribusi ( <i>Place</i> ) .....	43

## **BABV KESIMPULANDAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	45
B.Saran .....	46

## **DAFTARKEPUSTAKAAN .....48**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1 : Perbandingan Harga Dengan Pesaing .....	4
Tabel 2 : Daerah sumber bahan baku .....	31
Tabel 3 : Penjualan Usaha CV. Ayyu Perabot Padang .....	33
Tabel 4 : Data Karyawan CV. Ayyu Perabot Padang .....	35
Tabel 5 : Harga Pada CV. Ayyu Perabot Padang .....	39

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Daftar Riwayat Hidup
2. Gambar

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Setiap perusahaan mempunyai tujuan yang sama untuk dapat tetap bertahan berkembang. Tujuan tersebut hanya dapat tercapai melalui usaha penerapan dalam meningkatkan tingkat keuntungan/laba perusahaan. Usaha ini hanya dapat dilakukan, apabila perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualannya melalui bauran pemasaran untuk menguasai pangsa pasar. Semuanya dapat diperoleh apabila bauran pemasaran telah dilaksanakan dengan baik untuk mempertahankan penjualan perusahaan.

Salah satu bidang usaha yang mengalami perkembangan adalah perusahaan perabot, apalagi dengan semakin banyak perusahaan membuat produk-produk baru saat ini. Dapat kita lihat beberapa perusahaan perabot saat ini telah menampilkan produk baru dengan berbagai model dan jenis perabot. Semua perusahaan berusaha untuk menguasai pangsa pasar dan berusaha tampil terbaik dan terdepan agar konsumen melihat ke perusahaan mereka. Agar perusahaan bisa menguasai pangsa pasar maka perusahaan harus bisa memperkenalkan produknya secara luas ke masyarakat.

Untuk itu setiap perusahaan yang menghasilkan produk maupun jasa perlu menerapkan bauran pemasaran pada perusahaan tersebut karena Bauran pemasaran sangat penting untuk dilakukan oleh sebuah perusahaan. Perusahaan harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang mampu mempengaruhi konsumennya. Kondisi semacam ini menuntut setiap

perusahaan untuk mengetahui posisinya dalam persaingan sehingga perusahaan dapat merencanakan pemasarannya. Pada saat persaingan semakin meningkat maka bauran pemasaran tidak hanya dianggap suatu fungsi melainkan dijadikan suatu konsep bisnis yang strategi. Bauran pemasaran harus dibuat dengan memperhatikan semua lingkungan internal dan eksternal perusahaan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:62) bauran pemasaran adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari semua hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Berbagai kemungkinan ini dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok variabel yang disebut 4P yaitu produk, harga, tempat dan promosi.

Menurut Assuari (2010:198) “bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari himpunan variabel dapat dikendalikan oleh perusahaan seperti, perencanaan produk (*product*), penetapan harga (*price*), saluran distribusi (*place*) serta promosi (*promotion*)”. Untuk menjangkau pasar sasaran yang telah ditetapkan, maka setiap perusahaan perlu mengelola kegiatan bauran pemasaran (*marketing mix*) dengan baik.

Dalam keterkaitan teori dan fenomena implementasi strategi pemasaran, perusahaan menggunakan serangkaian alat dalam bidang pemasaran yang digunakan dalam pengambilan keputusan yang dikenal dengan istilah bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran sangat penting dan dapat

digunakan oleh berbagai perusahaan dalam menganalisis kasus-kasus pemasaran praktis guna mencapai tujuan pemasaran di pasar sasaran.

CV. Ayyu Perabot Padang merupakan salah satu usaha perabot yang ada di kota Padang yang berlokasi di jalan Baypas Balai Baru Padang, lokasi CV. Ayyu Perabot tepatnya gerbang masuk perumahan pilaku 1, adapun permasalahan dibagian lokasi yaitu apabila ada kayu yang datang dari luar daerah maka akan menimbulkan kemacetan bagi orang yang akan masuk keperumahan tersebut pada saat pembongkaran kayu pada lokasi, selain itu juga akan mengganggu kelancaran arus lalu lintas pada daerah sekitar tersebut baik pada saat menghantarkan barang maupun saat mendatangkan bahan baku.

CV. Ayyu perabot Padang menawarkan dan menjual produk yang berdasarkan pesanan dari konsumen. Produk yang dihasilkan CV. Ayyu Perabot Padang adalah perabot yang berupa konsen, pintu dan jendela, selain itu Ayyu Perabot juga menjual kayu seperti: papan dan kayu untuk bangunan lainnya. Dilihat dari banyaknya perabot dan banyaknya persaingan yang ada, maka CV. Ayyu Perabot Padang perlu melakukan perbaikan dan menyusun pemodelan dari variabel-variabel mana saja yang signifikan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap produk yang dihasilkan CV. Ayyu Perabot Padang.

Keberhasilan Ayyu Perabot sampai saat ini khususnya tidak terlepas dari pemasaran yang diterapkan oleh pemilik dalam memutuskan dan menetapkan kebijakan pemasaran. Setiap produk yang dihasilkan dipasarkan langsung di tempat lokasi atau tempat produksi Ayyu Perabot Padang

yaitu Jalan Baypas Balai Baru Padang. Ayyu Perabot mempromosikan produknya melalui mulut ke mulut, memberikan kartu nama dan mendatangi langsung pemborong bangunan yang ada di kota Padang maupun diluar kota Padang.

Promosi yang dilakukan CV. Ayyu Perabot Padang. selama ini belum cukup efektif masih banyak masyarakat di kota padang maupun diluar kota padang yang belum mengetahui perabot yang dihasilkan CV. Ayyu Perabot Padang, hanya masyarakat bagian Baypas saja yang dapat mngetahui produk CV. Ayyu Perabot, sedangkan bagian ke Padang kota CV. Ayyu Perabot sangat kurang mnghantarkan perabotnya.

Dalam menentukan harga Ayyu perabot selalu memberikan harga sesuai dengan kualitas barang yang dipasarkan kepada konsumen dan berusaha mengutamakan kualitas demi kepuasan pelanggannya. Tabel berikut ini menunjukkan perbandingan harga yang ditawarkan Ayyu Perabot dengan harga pesaingnya:

**Tabel 1**  
**Daftar Perbandingan Harga Ayyu Perabot Dengan Harga Pesaingnya**

<b>NO</b>	<b>NAMA USAHA</b>	<b>JENIS PRODUK</b>	<b>HARGA</b>
1	Ayyu Perabot	Konsen	Rp.300.000
		Pintu	Rp.700.000
		Jendela	Rp.350.000
2	Perabot Mubar	Konsen	Rp. 300.000
		Pintu	Rp. 700.000
		Jendela	Rp. 300.000
3	CV. Maju Jaya	konsen	Rp. 250.000

		Pintu	Rp. 650.000
		Jendela	Rp. 350.000
			.
4	Anto Perabot	Konsen	Rp. 250.000
		Pintu	Rp. 700.000
		Jendela	Rp. 300.000
5	Waldi Perabot	Konsen	Rp. 300.000
		Pintu	Rp. 650.000
		Jendela	Rp. 300.000

*Sumber: Wawancara langsung dengan masing-masing pengusaha perabot.*

Bila dilihat dari harga jual pada tabel di atas, harga yang ditawarkan Ayyu Perabot lebih tinggi daripada pesaingnya, hal ini akan berdampak negatif pada CV. Ayyu Perabot Padang, dimana para konsumen memilih dan beralih terhadap pedagang perabot yang memberikan harga lebih murah. Lebih tingginya harga tersebut karena bahan baku kayu yang dijadikan konsen, pintu dan jendela adalah kayu-kayu yang ternama atau kayu berkualitas seperti: Barneo, Marantih, Jati dan Timbalun, sehingga harga lebih tinggi dari pesaingnya, konsumen yang tahu tentang kayu maka akan menetapkan pilihannya terhadap Ayyu perabot Padang.

Dari uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang disusun dalam sebuah karya tulis yang berjudul: **“Bauran Pemasaran Perabot Pada CV. Ayyu Perabot Padang”**.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah: **“Bagaimana Bauran Pemasaran Perabot Pada CV. Ayyu Perabot Padang?”**.

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah "Untuk mengetahui Bauran Pemasaran Perabot Pada CV. Ayyu Perabot Padang".

### **D. Manfaat Penelitian**

Setelah selesainya Tugas akhir ini diharapkan bermanfaat untuk:

1. Penulis, yaitu untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Ahli Madya konsentrasi Kwirausahaan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negri Padang.
2. Bagi Universitas sebagai Sumbangan ilmiah dalam memperkaya khazanah perpustakaan yang berguna bagi penulisan lanjutan.
3. CV. Ayyu Perabot Padang dalam menyusun strategi pemasaran agar dapat dan terus berkembang dalam usaha perabot dimasa yang akan datang yang semakin kompetitif.

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan di CV. Ayyu Perabot Padang, Jl. Baypas Balai Baru Padang (Perumahan Pilaku 1) maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa CV. Ayyu Perabot Padang mengalami perkembangan cukup baik.

Hal ini dapat dilihat aplikasi bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu:

1. Produk (*product*), produk yang ditawarkan CV. Ayyu Perabot merupakan produk yang berkualitas dan bermutu. Usaha Ayyu Perabot terus berusaha dalam menjaga keunggulan dari perabot yang dihasilkan. Berdasarkan bauran produk yang dilakukan oleh CV. Ayyu Perabot Padang sudah cukup baik karena.
2. Harga (*price*), harga produk yang ditawarkan oleh CV. Ayyu Perabot Padang sangat bagus, karena sesuai dengan kualitas kayu dan perabot yang dihasilkan, keunggulan produk dan pelayanan sesuai dengan harga yang ditetapkan CV. Ayyu Perabot Padang.
3. Tempat (*place*), CV. Ayyu Perabot Padang terletak di Jl. Baypas Balai Baru Padang (Perumahan Pilaku 1) Dekat dengan keramaian, Akses lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi umum dan lokasi dapat dilihat dengan jelas dari jalan raya.
4. Promosi (*promotion*), dilihat dari promosi CV. Ayyu Perabot Padang belum cukup baik, karena dalam promosikan produk hanya melalui mulut kemulut. Sementara CV. Ayyu Perabot Padang belum

mempromosikan produknya ke media massa radio, koran maupun selebaran atau acara dan pengalaman

Secara keseluruhan pemasaran CV. Ayyu Perabot Padang sudah cukup bagus dan sesuai dengan konsep teori aplikasi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang ada. Walaupun masih ada kekurangan-kekurangan yang dimiliki, seperti promosi yang mana kadang-kadang ada konsumen yang kurang puas dengan layanan.

## **B. Saran**

Perlu adanya upaya peningkatan aplikasi bauran pemasaran (*marketing mix*) pada CV. Ayyu Perabot Padang. Supaya CV. Ayyu Perabot Padang makin dikenal masyarakat luas, secara keseluruhan kinerja CV. Ayyu Perabot Padang ini cukup bagus, namun dari dilihat dari semua aplikasi bauran pemasaran (*marketing mix*) ini masih ada kelemahan atau kekurangan, seperti:

1. Produk (*product*), dari segi produk CV. Ayyu perabot diharapkan dapat menciptakan produk yang lebih menarik.
2. Harga (*price*), untuk harga kalau bisa di usahakan agak lebih murah dari yang sekarang, selain pesaing yang banyak di kota Padang adanya produk pengganti seperti: konsen, jendela dan pintu yang di buat dari aluminium, bila harga tidak jauh beda dengan produk pengganti ini, maka bisa saja konsumen mencoba produk yang pengganti tersebut.
3. Promosi (*promotion*), sebaiknya CV. Ayyu Perabot Padang lebih memanfaatkan teknologi modern zaman sekarang untuk meningkatkan promosinya yaitu seperti: membuat iklan pada brosur, Radio dan

Koran. Agar CV. Ayyu Perabot Padang dikenal masyarakat dikota Padang maupun diluar kota Padang.

4. Distribusi (*place*), bagian distributor diharapkan bisa mengantarkan pesanan konsumen tepat waktu dan menguasai jalan yang ada dikota padang maupun diluar kota padang.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Alma, Buchari. 2005. Edisi revisi. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, Sofjan . 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Amir, Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler dan Keller. 2009. Jilid dua. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.
2009. Jilid satu. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.
- Mursid, M. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip. 2002. Edisi 1. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pearson Education Asia Pte. Ltd. Dan PT Prenhalinndo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. edisi keduabelas. Jilid satu. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, Husein. 2011. *Metode Penelitian*. Jakarta Utara: Raja Grafindo Persada.