

ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN (7P) TERHADAP PENJUALAN PRODUK BAWANG GORENG SUPERBRAM

Aulia Sabrina¹, Ibnu Wahid FA², Pujo Saroyo²

INTISARI

Bauran pemasaran (7P) merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan produk bawang goreng Superbram. KWT Putri Manunggal merupakan salah satu UMKM yang terletak di Desa Srikayangan, Kecamatan Sentolo, Kabupaten Kulon Progo. UMKM ini menawarkan produk bawang goreng yang dihasilkan dari bawang merah asli Srikayangan. Akan tetapi, hasil dari penjualan produk masih fluktuatif dan sering tidak mencapai target. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan serta menyusun prioritas strategi bauran pemasaran terbaik yang dapat diterapkan oleh KWT Putri Manunggal untuk meningkatkan penjualan produk bawang goreng Superbram.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*. Responden yang mengisi kuesioner adalah konsumen bawang goreng Superbram yang sudah mengonsumsi produk minimal satu kali dalam 3 bulan terakhir. Analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan bauran pemasaran (7P) sebagai variabel bebas (X) dan tingkat penjualan produk sebagai variabel terikat (Y).

Hasil dari penelitian ini adalah bauran pemasaran (7P) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat penjualan produk dengan besar persentase kontribusi yang diberikan adalah 75,2 persen. Secara parsial (individu) terdapat 6 variabel yang berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat penjualan produk, yaitu variabel produk (X₁), kesesuaian harga (X₂), tempat/media penjualan (X₃), promosi (X₄), pekerja (X₅), dan bukti fisik (X₇). Dari enam variabel tersebut, dilakukan urutan perbaikan strategi bauran pemasaran berdasarkan koefisien regresi dan kesiapan KWT Putri Manunggal yaitu perbaikan metode promosi, pekerja, perbaikan kualitas produk, kesesuaian harga, bukti fisik, dan tempat/saluran distribusi.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Bawang Goreng Superbram, Regresi Linier Berganda, Tingkat Penjualan

¹Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian, FTP UGM

²Staff Pengajar Departemen Teknologi Industri Pertanian, FTP UGM

ANALYSIS OF THE EFFECT OF MARKETING MIX (7P) ON BAWANG GORENG SUPERBRAM PRODUCTS SALES

Aulia Sabrina¹, Ibnu Wahid FA², Pujo Saroyo²

ABSTRACT

Marketing mix (7Ps) is one of the factors affecting the sales level of Bawang Goreng Superbram. KWT Putri Manunggal is one of the SMEs located in Srikayangan, Sentolo, Kulon Progo Regency. This SMEs offers fried onion products that are produced from Srikayangan's onion. However, the product sales result are still facing fluctuations and often failed to reach the target. Therefore, this study aims to identify and analyze the factors that affect the level of sales and to prioritize the best marketing mix strategy that can be implemented by KWT Putri Manunggal to increase sales of Bawang Goreng Superbram.

This study uses data collection techniques through questionnaires. The sampling method used is non probability sampling. Respondents who filled out the questionnaire were Superbram consumers who had consumed the product at least once in the last 3 months. The data analysis in this study used multiple linear regression with marketing mix (7Ps) as the independent variabel (X) and the level of product sales as the dependent variabel (Y).

The results of this study are the marketing mix (7Ps) simultaneously has a significant positive effect on the level of product sales with a large percentage of the contribution given is 75.2 percent. Partially, there are 6 variabels that have a significant positive effect on the level of product sales, Product (X1), Price Suitability (X2), Place (X3), Promotion (X4), People (X5), and Physical evidence (X7). Of the six variabels, an order was made to improve the marketing mix strategy based on the regression coefficient and KWT Putri Manunggal readiness is improving promotion methods, people, improving product quality, price suitability, physical evidence, and distribution channel.

Keywords : Marketing Mix, Bawang Goreng Superbram, Multiple Linear Regression, Sales Rate

¹Student at Agro-Industrial Technology Departement, Faculty of Agricultural Technology, Universitas Gadjah Mada

²Lecturer at Agro-Industrial Technology Departement, Faculty of Agricultural Technology, Universitas Gadjah Mada.