

**UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK KAIN
PERUSAHAAN GRIYA TUAN KENTANG PALEMBANG**

LAPORAN AKHIR

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya Pada
Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang**



Diajukan Oleh:

DIKO ADILA

NRP : 1901150001.P

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG**

2021

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG

HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN AKHIR

Nama : Diko Adila
Nomor Pokok : 1901150001.P
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen Pemasaran
Program Studi : Diploma 3 / DIII
Mata Kuliah Pokok : Manajcmen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Produk Kain Perusahaan Griya Tuan Kentang Palembang

Pembimbing Laporan Akhir :

Tanggal 11-10-2021

Pembimbing I : Rudy Choiruddin, SE, M.P

NIDN.0202026201

Tanggal 11-10-21

Pembimbing II : Herman Efrizal, SE, M.M

NIDN.0202066602

Dekan Fakultas Ekonomi,

Tanggal 11-10-21

Mengetahui :

Ketua Program Studi

Tanggal 11-10-21



Dr. Msy. Mikhal, SE, M.Si, Ak, CA, CSRS.

NIDN.0205026401

Suharti, SE, M.M

NIDN.0220086501

UNIVERSITAS TRIDINANTI

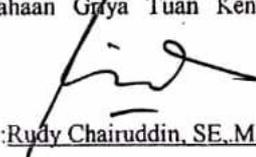
FAKULTAS EKONOMI

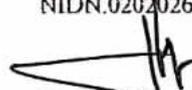
PALEMBANG

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR

Nama : Diko adila
Nomor Pokok/NIRM : 1901150001.P
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen Pemasaran
Jenjang Pendidikan : Diploma 3 / DIII
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Upaya Meningkatkan Volume Penjualan
Produk Kain Perusahaan Gaya Tuan Kentang
Palembang

Penguji Laporan Akhir :

Tanggal 11-10-2021 Ketua Penguji : 
: Rudy Chairuddin, SE.,M.P
NIDN.0202026201

Tanggal 11-10-21 Penguji I : 
: Herman Efrizal, SE.,M.M
NIDN.0202066602

Tanggal 11-10-21 Penguji II : 
: Suharti, SE.,M.M
NIDN.0220086501



Mengesahkan :

Dekan : Ketua Program Studi

Tanggal 11-10-21 Tanggal 11-10-21


Dr. Misy Mikiyal, SE.,M.Si.,Ak.,CA.,CSRS.
NIDN.0203026401


Suharti, SE.,M.M
NIDN.0220086501



PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : DIKO ADILA
Nomor Pokok : 1901150001.P
Fakultas : Ekonomi
Jurusan/Prog. Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Produk Kain Perusahaan Griya Tuan Kentang Palembang

Menyatakan bahwa laporan akhir ini telah di tulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan laporan akhir dengan konsekuensinya.

4 Oktober 2021

METERAL TEMPEL
FBAJX445662375
DIKO ADILA

Motto :

- Jangan pernah membandingkan dirimu dengan orang lain ,
bandingkanlah dirimu sekarang dengan dirimu yang dulu
- Tetap berpikir positif dan lakukan yang terbaik untuk diri sendiri
- Selagi kita menjaga hubungan dengan Allah SWT , Allah SWT
akan menjaga dimana pun berada

Kupersembahkan Kepada :

- Ayahanda dan Ibu Tercinta
- Saudara-saudaraku tersayang
- Para pendidiku yang
kuhormati



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir tepat pada waktunya. Sholawat serta salam pun penulis sampaikan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW dan para sahabatnya, yang telah memberikan tauladan baik sehingga akal dan pikiran penyusun mampu menyelesaikan Laporan Akhir ini, semoga kita termasuk umatnya yang kelak mendapatkan syafa'at dalam menuntut ilmu.

Dalam kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam pelaksanaan dan penyusunan Laporan Akhir.

1. Dr. Ir. Hj. Manisah, M.P. Selaku Rektor Universitas Tridianti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE.,M.Si.,Ak.,CA.,CSRS selaku Dekan Universitas Tridianti Palembang.
3. Ibu Suharti, SE.,M.M selaku ketua jurusan.
4. Bapak Rudy Choiruddin, SE.,M.P selaku pembimbing I.
5. Bapak Herman Efrizal, SE.,M.M selaku pembimbing II.
6. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Tridianti Palembang yang telah mendidik serta memberikan ilmu selama ini.
7. Bapak Sofyan Chandra, ST dan staff karyawan Griya Tuan Kentang Palembang yang telah mendidik serta memberikan ilmu selama ini.
8. Ayah, Ibu, dan Saudara-Saudariku baik dalam bentuk moril ataupun materil.



9. Semua pihak yang telah berpartisipasi dalam menyelesaikan Laporan Akhir.

Palembang, Juni 2021

Penulis

Diko Adila



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PERSETUJUAN	II
HALAMAN PENGESAHAN	III
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	IV
KATA PENGANTAR	V
DAFTAR ISI	VI
DAFTAR TABEL	VIII
DAFTAR GAMBAR	IX
ABSTRAK..... X	
RIWAYAT HIDUP	XI
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Metode Penelitian	3
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran	5

2.1.1	Pengertian Pemasaran	5
2.1.2	Bauran Pemasaran	5
2.2	Strategi Pemasaran.....	14
2.2.1	Pengertian dan konsep pemasaran.....	14
2.2.2	Konsep strategi pemasaran.....	16
2.2.3	Perkembangan strategi pemasaran.....	21
2.2.4	Segmenting Targeting Positioning.....	23
2.2.5	Promosi.....	26
2.2.6	Bauran Promosi.....	27
2.3	Analisis SWOT	28

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1	Sejarah Singkat Kelurahan Tuan Kentang.....	30
3.2	Profil Griya Kain Tuan Kentang.....	33
3.3	Visi dan Misi Griya Kain Tuan Kentang	35
3.4	Struktur Organisasi Perusahaan.....	36
3.5	Sistem yang sedang berjalan.....	38

3.6	Produk yang dihasilkan.....	40
3.7	Metode Penelitian.....	42

BAB IV PEMBAHASAN

4.1	Upaya-Upaya Meningkatkan Volume Penjualan.....	44
4.1.1	Kebijakan Produk.....	45
4.1.2	Kebijakan Harga.....	46
4.1.3	Kebijakan Distribusi.....	47
4.1.4	Kebijakan Promosi.....	47

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	48
5.2	Saran.....	49

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Struktur organisasi Griya Kain Tuan Kentang.....	34
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. SWOT	29
Gambar 2. Galeri Griya Kain Tuan Kentang	31
Gambar 3. Galeri Griya Kain Tuan Kentang	32



ABSTRAK

Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Kain Tuan Kentang

Upaya meningkatkan volume penjualan adalah usaha-usaha untuk meningkatkan jumlah penjualan suatu produk sehingga dapat tercapainya tujuan suatu perusahaan.

Adapun dari penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya meningkatkan volume penjualan di Griya kain tuan kentang Palembang. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang responden pelanggan Griya kain tuan kentang, berdasarkan hasil penelitian sampel responden terhadap aspek product, price, promotion, place people, process dapat disimpulkan bahwa ada baiknya, perusahaan harus meningkatkan aspek promosi serta memberikan potongan harga sehingga volume penjualan meningkat serta dapat menambah jumlah pelanggan, contohnya berupa memperluas ruang lingkup sehingga para pelanggan dari luar daerah mengetahui produk kain asli sumatera selatan serta memberikan diskon harga terhadap beberapa produk yang dijual, agar pelanggan khususnya dari luar daerah semakin banyak dan mengenal griya kain tuan kentang.

Kata Kunci : Volume penjualan, Produk



RIWAYAT HIDUP

Diko Adila dilahirkan di Palembang pada tanggal 14 Februari 1993 dari ayah Drs. Azharon Husin, Spd dan ibu Rukmiyati, Spd anak ke 2 dari 3 bersaudara.

Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2005 di SD 38 Palembang, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan tahun 2008 di SMP Negeri 13 Palembang, dan selanjutnya menyelesaikan sekolah menengah atas pada tahun 2011 di SMA Negeri 2 Palembang, Pada tahun 2016 memasuki Fakultas ekonomi Universitas Mercu Buana Jakarta, dan pindah kuliah ke Universitas Tridinanti Palembang Fakultas Ekonomi Diploma III di Program Studi Manajemen Pemasaran pada tahun 2019, sebagai mahasiswa transisi di Universitas Tridinanti Palembang. Penulis pernah melakukan praktek kerja lapangan di Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah.

Palembang, 2 Juni 2021

Diko Adila



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manajemen Pemasaran sangat penting untuk kemajuan ekonomi suatu perusahaan, serta ekonomi di Indonesia. Manajemen pemasaran adalah perencanaan, implementasi dan pengendalian program yang dirancang suatu organisasi untuk mencapai suatu tujuan yang menghasilkan pertukaran yang diinginkan dengan pasar sasaran. Manajemen pemasaran harus memiliki perencanaan atas pelaksanaan, koordinasi dan kontrol terhadap pengembangan produk, penetapan harga, iklan, penjualan dan distribusi untuk tujuan memuaskan kebutuhan konsumen, bisnis dan masyarakat. Menurut **Kotler dan Armstrong (dalam Priansa, 2017:4)** menjelaskan manajemen pemasaran ialah suatu upaya manusia untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dan membangun hubungan yang erat dengan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi perusahaan.

Tuan Kentang merupakan daerah pengrajin kain tenun dan jumputan khas Palembang yang berlokasi di Jl. Aiptu A Wahab No.53 Kelurahan Tuan Kentang Seberang Ulu 1 Palembang, Sumatera Selatan. Dengan jumlah lebih dari seratus orang pengrajin, Tuan Kentang menjadi daerah yang memiliki potensi untuk dijadikan destinasi wisata Palembang. Untuk mewujudkan itu Pemerintah Palembang melalui dinas perindustrian dan Bank Indonesia membangun gedung yang akan digunakan sebagai pusat aktifitas pengrajin tenun dan jumputan yang ada di Tuan Kentang. Untuk memudahkan meningkatkan kualitas produk, menjual hasil produk dan mensejahterakan pengrajin tenun dan jumputan maka dibentuklah Kelompok Usaha Bersama (KUB) Griya Kain Tuan Kentang yang



difasilitasi Bank Indonesia. Tercatat pada tanggal 25 Januari 2017 (KUB) Griya Kain Tuan Kentang berdiri dengan membina 25 anggota. Kelompok Usaha Bersama (KUB) Griya Kain Tuan Kentang memfasilitasi anggota untuk menjualkan produk di galeri dengan kualitas produk terbaik. KUB (Kelompok Usaha Bersama) memiliki galeri yang menjual produk anggota. Produk yang dijual diantaranya jumputan motif penuh (titik tujuh, gelimbang, tabur, kotak mantik dan lain-lain). dan jumputan polos tengah terbuat dari bahan katun primisima, katun rayon, sutra, semi sutra, atbm dobi. Selain kain jumputan ada juga tenun songket dan tajung, songket berbagai motif diantaranya lepus, cantik manis, bunga cino, rakam, limar antik, sadum. Tenun tajung sendiri memiliki banyak variasi produk diantaranya sarung tajung, bahan tajung, blongket, blongket tabur emas, dan kombinasi tajung dan tenun. Ada juga kain jumputan yang paling populer karena beraneka warna nan unik dan sangat khas. Kain jumputan sangat menarik dan fleksibel, baik pria maupun wanita cocok mengenaannya untuk busana resmi dan santai. Jumputan tersedia bahan sifon, katun, fiskos, dobi, semi sutra dengan motif khas titik lima, titik tujuh, titik sembilan, dan motif modern. Di galeri Griya Kain Tuan Kentang ini, jenis kain yang dijual adalah kain Tajung, Jumputan, Blongsong, dan Songket.

Songket berasal dari kata sungkit yang berarti mengait atau mencungkil. Merujuk pada metode pembuatannya, mengaitkan dan mengambil sejumput benang tenun, menyelipkan benang emas, menenun atau menyulam, serta diakhiri dengan menyempurnakan. Pembuatan kain songket bisa menghabiskan waktu selama 3-6 bulan, tergantung kerumitan motifnya. Kain songket juga beragam, antara lain ada songket lepus, songket limar, songket rumpak, songket tabur, songket bunga, dan songket trestes.

Umumnya, kain tajung berbentuk sarung yang biasa dikenakan laki-laki untuk upacara adat atau hari raya. Dahulu, kain tajung dibuat dengan

alat tenun gendong, tetapi pada tahun 1970 mulai beralih memakai ATBM. Kain tenun tajung berbahan sutra, semi sutra, dan katun dengan beragam motif, seperti limar, limar patut, gerbik, dan petak-petak berwarna.

Penjualan yang diterapkan di griya tuan kentang, dengan cara mempromosikan melalui media iklan, online shop. Solusi yang diajukan untuk mengatasi permasalahan di griya tuan kentang adalah memberikan tawaran harga yang terjangkau dengan kualitas kain yang baik dan juga promosi potongan harga serta solusi dengan membuat website resmi penjualan secara langsung sehingga mempermudah pelanggan untuk mendapatkan kain Griya tuan kentang.

Studi pendahuluan di Griya Tuan Kentang, sebrang ulu 1 Palembang terdapat penjualan kain songket, tajung dan jumputan, peneliti tertarik meneliti bagaimana cara dan upaya apa yang dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan agar penjualan meningkat.

1.2 Perumusan Masalah

Bagaimana upaya meningkatkan volume penjualan

1.3 Tujuan Penelitian

Mengetahui upaya-upaya perusahaan meningkatkan volume penjualan dan mengetahui yang menjadi hambatan dalam meningkatkan volume penjualan

1.4 Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

Sebagai referensi dan informasi bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian lebih lanjut

b. Secara Praktis

Dari perusahaan dapat lebih mengetahui cara untuk meningkatkan

penjualan

1.5 Metode Penelitian

Dalam pembuatan laporan akhir ini, penulis menggunakan beberapa metode diantaranya yaitu, metode Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi.

1.5.1 Lokasi Penelitian

Griya Kain Tuan Kentang, Alamat: Jl. Aiptu A Wahab, Tuan Kentang, Kecamatan Jakabaring, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30255

1.5.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan adalah data dari Griya Kain Tuan Kentang

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

a. Metode Observasi

Penulisan dilakukan dengan melakukan penelitian dan peninjauan langsung terhadap pelaksanaan kegiatan yang dilakukan.

b. Metode Wawancara

Mengumpulkan data atau informasi untuk keperluan tugas akhir dengan cara melakukan wawancara kepada orang-orang yang terjun langsung kelapangan dan ahli dibidangnya.



c. Metode Dokumentasi

Melengkapi data atau informasi yang telah didapat di lapangan dengan melakukan studi pustaka melalui buku yang telah disesuaikan dengan isi materi dari tugas akhir ini.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman laporan akhir ini, akan disajikan sistematis penulisan sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematis penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Dalam bab ini di uraikan teori-teori keilmuan, prinsip-prinsip, asumsi-asumsi yang mendasari permasalahan yang diamati.

BAB III. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Disini akan disajikan data atau hasil penelitian empiris yang menyangkut gambaran umum objek yang diteliti.

BAB IV. PEMBAHASAN

Dalam bab ini dikemukakan pembahasan atau analisa terhadap permasalahan penelitian dengan menggunakan teknik analisa.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bagian ini akan diuraikan ringkasan kesimpulan dari hasil penelitian atau pembahasan yang dilakukan.

Daftar Pustaka

Bachari Alma (2007:79) *Pengertian Menurut Para Ahli*

Basu Swastha dan Hani Handoko (2000:6) *Definisi Para Ahli*

Dr. Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Ke 3 Revisi*

Freddy Rangkuti (1997) *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*

H.M Yacob Ibrahim, Jakarta : Rineka Cipta, (2009) *Studi Kelayakan Bisnis (Edisi Revisi)*

<https://www.hestanto.web.id/bauran-pemasaran-marketing-mix/>

<https://accurate.id/marketing-manajemen/pembahasan-lengkap-konsep-marketing/>

<https://www.terraveu.com/konsep-pemasaran/>

Kotler dan Amstrong (2009:38) *Pengertian Menurut Para Ahli*

Kotler dan Amstrong (2011:28) *Definisi Para Ahli*

Tjiptono (2015, p.387) *Definisi Para Ahli*