



**ANALISIS DAUR HIDUP PRODUK (*PRODUCT LIFE CYCLE*)
DALAM MENENTUKAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN
(*MARKETING MIX*) PADA ROTI CERIA JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh:

**Muhammad Ridwan
NIM. 13.10.411.201**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2017

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Ridwan

NIM : 1310411201

Prodi : Ekonomi Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **ANALISIS DAUR HIDUP PRODUK (*PRODUCT LIFE CYCLE*) DALAM MENENTUKAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) PADA ROTI CERIA JEMBER** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 21 Juli 2017



Muhammad Ridwan
1310411201

SKRIPSI

ANALISIS DAUR HIDUP PRODUK (*PRODUCT LIFE CYCLE*) DALAM MENENTUKAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) PADA ROTI CERIA JEMBER

Oleh:

**Muhammad Ridwan
NIM. 13.10.411.201**

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Drs. M. Naely Azhad, MSi

Dosen Pembimbing Pendamping : Yohanes Gunawan W, SE., MM



PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Analisis Daur Hidup Produk (*Product Life Cycle*) Dalam Menentukan Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pada Roti Ceria Jember, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Rabu

Tanggal : Jember, 21 Juli 2017

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



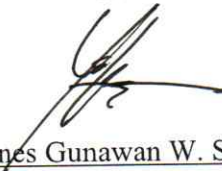
Drs. Anwar, MSc
NPK. 85 03 125

Anggota 1,



Drs. M. Naely Azhad, MSi
NIP. 19661231199031000

Anggota 2,



Yohanes Gunawan W. SE., MM

Mengesahkan:



Dekan,



Dr. Arik Susbiyani, MSi
NPK. 01 09289

Ketua Jurusan,



Drs. Anwar, MSc
NPK. 85 03 125

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama ke sulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”

(QS. Al-Insyirah : 6 – 8)

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri”

(Qs. Arra'at : 11)

PERSEMBAHAN

Syukur Alhamdulillah saya ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayahnya yang selalu memberikan kekuatan, kesabaran dan kemudahan dalam menyusun skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Terimakasih kepada keluargaku terutama pada orang tua Ayah dan Ibu yang selalu memberikan dukungan dan do'a yang tiada hentinya hingga sampai saat ini aku bisa menyelesaikan bidang perkuliahan ini, serta ke dua adik – adikku sebagai salah satu motivasiku.
2. Terimakasih kepada ibu Dr. Arik Susbiyani, MSi sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kemudahan penyelesaian skripsi ini.
3. Terimakasih kepada Bapak Drs. Anwar, MSc selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran dan dan bimbingan kepada peneliti.
4. Terimakasih kepada kedua Pembimbing saya, Bapak Drs. M. Naely Azhad. MSi selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Yohanes Gunawan W. SE,. MM selaku Dosen Pembimbing II yang sudah membimbing saya dengan teliti dan sabar.
5. Terimakasih untuk kesayanganku Regita Aulia Ajeng Imahdiana, saudara – saudaraku UKM KSR – PMI UNIT Universitas Muhammadiyah Jember, IMM (Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah) Akdemos yang selalu memberi semangat dan support.
6. Dan terimakasih untuk semua teman – temanku yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang telah berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya produk roti dalam siklus hidup produk dan strategi bauran pemasaran saat ini sedang di laksanakan oleh Roti Ceria Jember yang mencakup produk, harga, tempat dan promosi. Untuk mengukur tahapan produk roti dalam siklus hidup produk dihitung dengan metode Polli and Cook menggunakan pendapatan penjualan roti dari tahun 2012 sampai 2016. Setelah mengetahui posisi siklus hidup produk roti, kemudian membandingkan dan menganalisis strategi bauran pemasaran yang saat ini dilaksanakan oleh Roti Ceria Jember dengan teori siklus hidup produk, sehingga peneliti nantinya akan menetapkan strategi yang alternatif pada tahap produk saat ini sesuai siklus hidup produk yang ada di teori. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan pengetahuan tentang produk roti, melalui wawancara, jurnal, dan lain sebagainya. Setelah melakukan perhitungan dengan metode Polli and Cook dalam siklus hidup produk, roti saat ini berada pada tahap pertumbuhan setelah melakukan analisa dan komparasi menurut teori. Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh Roti Ceria Jember sesuai dengan strategi produk dalam tahap siklus hidup produknya saat ini.

Kata Kunci : Strategi Bauran Pemasaran, Siklus Hidup Produk.

ABSTRACT

This research is special to know the existence of bread product in product life cycle strategy and marketing mix strategy currently implemented by Ceria Jember Bread from product, price, place and promotion. To calculate the stages of bread products in the product life cycle using Polli and Cook method by using bread sales from 2012 until 2016. After knowing the position of the bread product life cycle, compare the marketing mix strategy currently implemented by Ceria Jember. With Life Cycle Theory Product, so the researchers will determine the current strategy in accordance with the product life cycle that existed in theory. Data completion technique in this research is based on knowledge about bakery product, through interview, journal, and so forth. After performing calculations by Polli and Cook methods in the product life cycle, bread is currently in the growth stage after analyzing and comparing by theory. So it can be concluded that the marketing mix strategy applied by Ceria Jember in accordance with product strategy in its product life cycle stage.

Keywords: *Marketing Mix Strategy, Product Life Cycle.*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada mahluk-Nya. Sholawat serta salam senantiasa dihadiahkan bagi baginda alam Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga. Alhamdulillah akhirnya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul " Analisis Daur Hidup Produk (*Product Life Cycle*) Dalam Menentukan Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pada Roti Ceria Jember".

Dalam kesempatan ini, peneliti menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang tidak terhingga kepada:

1. Dr. Arik Susbiyani, MSi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Drs. Anwar, MSc selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Drs. M. Naely Azhad. MSi, selaku dosen pembimbing I dan Yohanes Gunawan W. SE., MM selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Drs. Anwar, MSc selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
6. Kepada orang tua dan saudara yang memberikan semangat.
7. Teman-teman seperjuangan S1 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember 2013 tanpa terkecuali atas kebersamaannya.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun peneliti berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata peneliti mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang membacanya dan sebagai wahana menambah pengetahuan serta pemikiran. Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan hidayahNya kepada kita semua Amin.

Jember, 21 Juli 2017

Penyusun

Muhammad Ridwan

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB 1 : PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Permasalahan	6
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
1.3.1. Tujuan Penelitian	7
1.3.2. Kegunaan Penelitian	7

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.1.2. Pengertian Strategi Pemasaran	8
2.2. Konsep Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	9
2.3. Konsep Siklus Hidup Produk (<i>Product Life Cycle</i>)	22
2.4. Strategi Pemasaran Berdasarkan Siklus Hidup Produk	25
2.5. Pengukuran Daur Hidup Produk dengan Menggunakan Metode (<i>Polli and Cook</i>)	33
2.6. Tinjauan Penelitian Terdahulu	35
2.7. Kerangka Konseptual	36

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1. Definisi Operasional Variabel Penelitian	38
3.2. Desain Penelitian	39
3.3. Jenis Data	39
3.3.1. Data Primer	39
3.3.2. Data Sekunder	39
3.4. Teknik Pengumpulan Data	40
3.5. Teknik Analisis Data	40
3.6. Analisis Deskriptif	41
3.7. Pengukuran Posisi Siklus Hidup Produk	41
3.8. Penentuan Strategi Bauran Pemasaran Sesuai Tahap Daur Hidup Produk Roti.....	42

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan	44
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan Roti Ceria Jember	44
4.1.2. Struktur Organisasi	46
4.1.3. Visi dan Misi Roti Ceria Jember	48
4.2. Analisis Strategi Bauran Pemasaran	49
4.3. Pengukuran Posisi Siklus Hidup Produk	56
4.4. Penentuan Strategi Bauran Pemasaran Sesuai Tahap Daur Hidup Produk Roti	64

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	67
5.2. Saran	68

DAFTAR PUSTAKA	70
-----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Daftar Pesaing Toko Roti di Kabupaten Jember.....	2
Tabel 1.2 : Daftar Penjualan Roti Ceria 2012 – 2016	5
Tabel 2.1 : Karakteristik <i>Product Life Cycle</i>	24
Tabel 2.2 : Hubungan Siklus Produk dan Strategi Bauran Pemasaran	26
Tabel 4.1 : Jenis – Jenis Produk Pada Roti Ceria Jember	51
Tabel 4.2 : Jenis – Jenis Produk dan Harga Pada Roti Ceria Jember.....	53
Tabel 4.3 : Penjualan dari Tahun 2012 – 2016 Roti Ceria Jember	56
Tabel 4.4 : Perhitungan dengan Metode <i>Polli and Cook</i>	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Diagram Siklus Kehidupan Produk.....	25
Gambar 2.2 : Skema Kerangka Konseptual	36
Gambar 3.1 : Diagram Siklus Kehidupan Produk.....	42
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Roti Ceria Jember	45
Gambar 4.2. : Grafik Penjualan Produk Pada Industri Roti Ceria Jember.....	56
Gambar 4.3. : Kurva Posisi Produk Roti Pada Tahap Daur Hidup Produk	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Pertanyaan Wawancara dan Hasil Wawancara Roti Ceria
Jember 2017

Lampiran 2 : Laporan Laba Rugi Roti Ceria Jember

Lampiran 3 : Dokumentasi Penelitian