

**ANALISIS STRATEGI HARGA DAN INOVASI PRODUK
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (STUDI KASUS
PADA DYMAS KULIT MAGETAN)**



Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Luluk Nadiroh

Nim : 14413383

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2018**

**ANALISIS STRATEGI HARGA DAN INOVASI PRODUK
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (STUDI KASUS
PADA DYMAS KULIT MAGETAN)**



Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Luluk Nadiroh

Nim : 14413383

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2018**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Strategi Harga dan Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada Dymas Kulit Magetan)
Nama : Luluk Nadiroh
Nim : 14413383
Program Studi: Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 23 Juli 2018

Pembimbing I

Titi Rapini, SE, MM
NIDN.0005056301

Pembimbing II

Dra. Umi Farida, MM
NIDN. 0710016101

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi



Titi Rapini, SE, MM
NIDN. 0005056301

Dosen Penguji

Ketua

Titi Rapini, SE, MM
NIDN. 0005056301

Sekretaris

Riawan, S. Pd, MM
NIDN. 0705128502

Anggota

Siti Chamidah, SE, M.Si
NIDN. 0019057101

RINGKASAN

Penelitian ini berjudul “ **ANALISIS STRATEGI HARGA DAN INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN** (Studi Kasus pada Dymas Kulit Magetan). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Pengumpulan data dengan mengumpulkan data aktual yang relevan atau dua sumber data primer ataupun sekunder yang melalui observasi dan wawancara di perusahaan Dymas Kulit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi yang digunakan perusahaan Dymas Kulit dalam menetapkan Strategi Harga ada tiga yaitu: Strategi Harga Rendah, Strategi Harga Diskon, Strategi Harga Cuci Gudang.

Strategi Inovasi produk yang digunakan perusahaan Dymas Kulit ada dua yaitu: Inovasi bertahap, Inovasi produk. Hambatan-hambatan perusahaan melakukan inovasi itu diantaranya: 1. Biaya yang digunakan untuk berinovasi sangat tinggi, 2. Kurangnya ide yang kreatif, 3. Karyawan yang inovatif tidak memadai. Target pasar yang dibidik oleh Dymas Kulit yaitu Masyarakat menengah kebawah seperti Pegawai Perempuan, Pelajar dan masyarakat umum lainnya

Kata Kunci: Harga, Inovasi Produk dan Penjualan

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena dengan Rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Adapun judul yang diambil penulis adalah **ANALISIS STRATEGI HARGA DAN INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN** (Studi Kasus pada Dymas Kulit Magetan). Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

Bapak **Drs.H.Sulthon,M.si** Sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ibu **Titi Rapini, SE, MM** sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogosekaligus dosen pembimbing 1 yang telah memberikan banyak pelajaran serta bimbingan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Ibu **Dra. Umi Farida, MM** Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogosekaligus dosen pembimbing 2 yang telah memberikan banyak pelajaran serta bimbingan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis duduk dibangku kuliah

Bapak **Edy Suhartono** selaku pemilik dari Dymas Kulit Magetan, penulis ucapkan terima kasih telah membantu memberikan informasi dan data diperusahaanya.

Ponorogo, 14 Juli 2018

Penulis

Luluk Nadiroh
14413383



PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 14 Juli 2018



Luluk Nadiroh
NIM 14413383

MOTTO

“Maka 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).



PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan kepada:

- ✚ Allah SWT sang maha pencipta yang telah memberikan kelancaran, kesabaran, kesehatan, kekuatan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
- ✚ Kedua orang tuaku dan kakaku tercinta terima kasih telah memberikan doa, motivasi dan semangat yang tiada henti untukku.
- ✚ Sahabat-sahabatku pejuang Skripsi Ririn, Ayuk, Faaiza, Febri, Uswatun, Ika, Kinan, Wafin yang senantiasa menjadi penyemangatku, terima kasih.
- ✚ Seluruh teman-teman Manajemen B angkatan 2014 yang telah memberikan Motivasi selama ini.
- ✚ Teman-teman KKN 61 Tempuran, Sawoo terima kasih atas dukungan dan semangatnya.



DAFTAR ISI

Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Ringkasan	iii
Kata Pengantar	iv
Pernyataan Tidak Melanggar Kode Etik Penelitian	vi
Motto	vii
Persembahan	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Manfaat penelitian	4
1.3.1 Tujuan Penelitian	4
1.3.2 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Pemasaran	6
2.1.2 Tujuan pemasaran	7
2.1.3 Konsep pemasaran	7
2.1.3.1 Tujuan penggunaan konsep pemasaran	8

2.1.4 Strategi pemasaran.....	9
2.1.4.1 Ciri penting rencana strategi pemasaran perusahaan	9
2.1.4.2 Rencana strategi pemasaran.....	10
2.1.4.3 Faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran.....	10
2.1.4.4 Strategi sasaran pasar.....	11
2.1.4.5 Strategi umum pemasaran.....	13
2.1.5 Bauran Pemasaran	14
2.1.6 Harga dan menetapkan harga.....	17
2.1.6.1 Harga.....	17
2.1.6.2 Menetapkan harga.....	18
2.1.6.3 Tujuan menetapkan harga	20
2.1.6.4 Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan harga	21
2.1.6.5 Strategi penetapan harga	23
2.1.7 Produk	26
2.1.7.1Strategi dalam setiap siklus kehidupan produk.....	28
2.1.7.2Strategi penetapan harga produk yang sudah mapan.....	31
2.1.7.3Faktor-faktor yang dipertimbangkan strategi penurunan harga	32
2.1.7.4 Menaikkan harga.....	33
2.1.8 Inovasi.....	33
2.1.9 Penjualan.....	36
2.1.9.1Faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan.....	37
2.1.9.2 Bentuk penjualan.....	39
2.2 Penelitian terdahulu.....	40

2.3 Kerangka pemikiran	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	43
3.1.1Objek penelitian	43
3.2 Metode pengumpulan data	43
3.2.1 Data primer	43
3.2.2 Data Sekunder.....	44
3.3 Metode analisis data.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Data objek penelitian.....	47
4.1.1 Sejarah berdirinya perusahaan	47
4.1.2 Visi dan misi perusahaan	49
4.1.3 Lokasi perusahaan.....	50
4.1.4 Tujuan perusahaan	51
4.1.5 Bentuk hukum perusahaan	51
4.1.6 Struktur organisasi perusahaan	51
4.1.7 Sistem pengupahan.....	53
4.1.8 Proses produksi dan hasil produksi.....	54
4.1.8.1 Proses Produksi.....	54
4.1.8.2 Langkah- langkah pembuatan	55
4.1.8.3 Target produksi.	57
4.1.8.4 Hasil produksi.	57
4.1.9 Pemasaran.	57

4.1.9.1 Promosi.	58
4.1.9.2 Wilayah penjualan.....	58
4.1.9.3 Saluran distribusi pemasaran.	58
4.1.9.4 Target pasar.....	59
4.1.9.5 Kondisi persaingan.....	59
4.2 Pembahasan.....	59
4.2.1 Strategi harga berperan dalam meningkatkan penjualan.	59
4.2.2 Inovasi.....	63
4.2.2.1 Strategi inovasi berperan dalam meningkatkan penjualan.....	68
4.2.2.2 Tujuan Inovasi produk.....	68
4.2.2.3 Inovasi yang digunakan.	69
4.2.2.4 Hambatan perusahaan dalam melakukan inovasi.....	70
4.2.2.5 Faktor pendorong terjadinya inovasi.....	70
4.2.2.6 Target penjualan dan hasil penjualan.....	71
4.2.2.7 Data penjualan.....	72
BAB V Kesimpulan dan Saran.....	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran.....	77
Daftar Pustaka.....	79
Lampiran-lampiran	

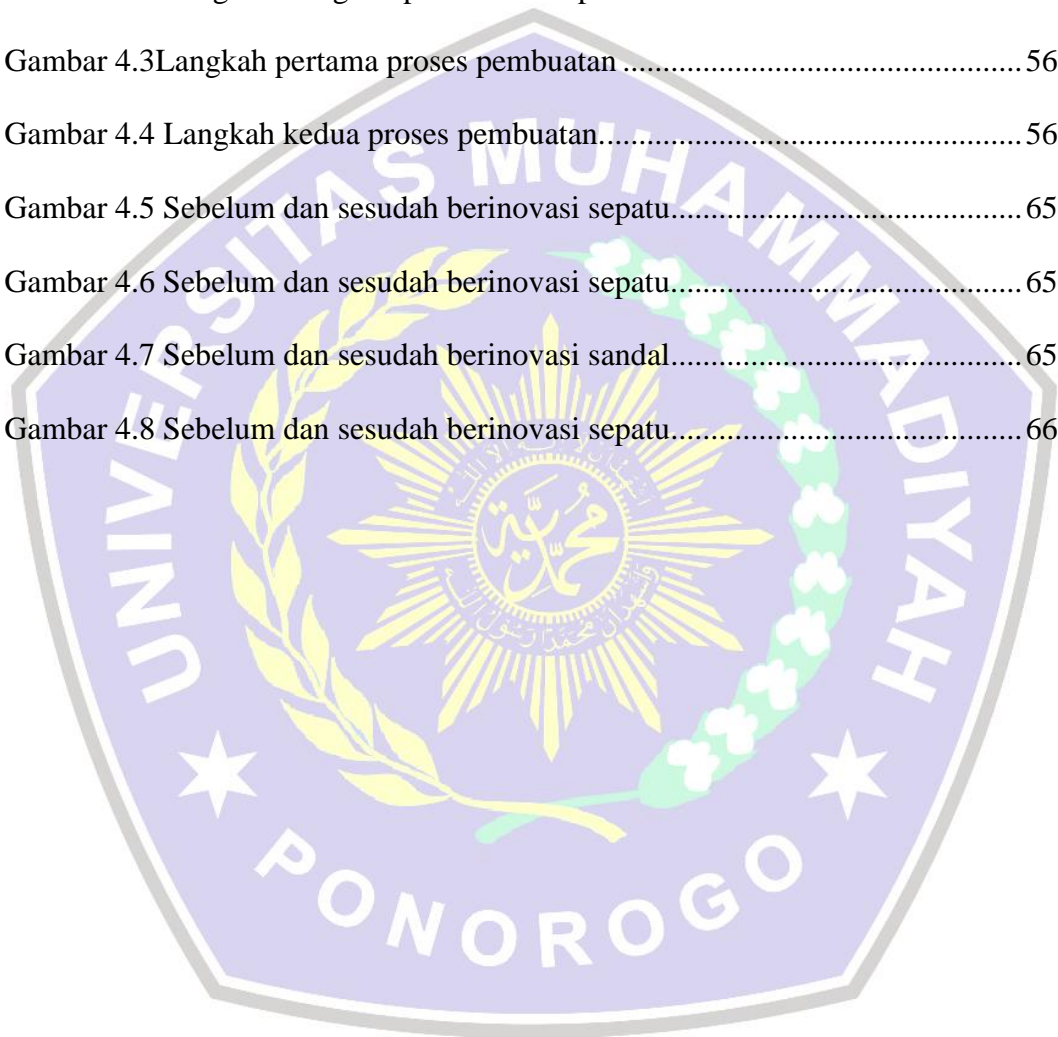
DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Daftar upah pekerja borongan.....	53
Tabel 4.2 Daftar harga sepatu dan sandal	62
Tabel 4.3 Perbandingan harga perusahaan Dymas kulit dan perusahaan lain	62
Tabel 4.4 Data penjualan Dymas kulit.....	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	41
Gambar 4.1 Stuktur Organisasi.....	51
Gambar 4.2 Langkah- langkah pembuatan sepatu dan sandal.....	55
Gambar 4.3Langkah pertama proses pembuatan.....	56
Gambar 4.4 Langkah kedua proses pembuatan.....	56
Gambar 4.5 Sebelum dan sesudah berinovasi sepatu.....	65
Gambar 4.6 Sebelum dan sesudah berinovasi sepatu.....	65
Gambar 4.7 Sebelum dan sesudah berinovasi sandal.....	65
Gambar 4.8 Sebelum dan sesudah berinovasi sepatu.....	66



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara.....	1
Lampiran 2 Berita Acara Bimbingan	2
Lampiran 3 Foto-foto Pendukung	3

