

SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP VOLUME
PENJUALAN BUAH LOKAL DI SUPERMARKET DIAMOND
KOTA PALEMBANG**

***THE EFFECT OF MARKETING MIX ON LOCAL FRUIT SALES
VOLUME AT DIAMOND SUPERMARKET
PALEMBANG CITY***



**Jessika Hermarani Miranda
05011381823120**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022**

SUMMARY

JESSIKA HERMARANI MIRANDA. The Effect of Marketing Mix on Local Fruit Sales Volume at Diamond Supermarket Palembang City. (Supervised by **ANDY MULYANA**).

Fruits are plants that are included in horticultural commodities, fruits have great potential to be developed because the market share of fresh fruit is quite wide. Fruit is also a commodity that has a lot of nutritional content, including vitamins, minerals, fiber, pigments, antioxidants, and others. Marketing is important, the marketing mix is one of the marketing strategies to convey information widely, introduce a product, goods and services. In this study using the 4P marketing mix which includes product, price, promotion, and place. The aims of this study: (1) describe the decision-making process in purchasing local fruit by consumers at the Diamond Supermarket in Palembang City, (2) Examine the marketing mix strategy in selling local fruit at the supermarket, (3) Analyzing the effect of the marketing mix carried out by the Supermarkey management in purchasing local fruit on sales volume. The method used is a survey method using a questionnaire. This research was conducted in January – February 2022 with 35 consumer respondents and 15 employee respondents. The data collection method used the types of primary data and secondary data. The data processing method used descriptive tabulative, multiple linear regression analysis, starting with classical assumption test, validity test and reliability test. The results obtained (1) The process of making purchasing decisions in the need recognition stage is the main motivation to buy local fruit because it is easy to obtain and process, the level of importance of consuming fruit is very important, the stage of seeking information from personal information, the alternative evaluation stage that is the main consideration in buying local fruit is the fruit attribute, the stage of a planned purchase decision, and the post-purchase behavior stage of consumption stating that they are very satisfied, (2) The local fruit marketing mix strategy implemented by Diamond Supermarket can be said to be good because it has applying the 4P marketing mix strategy, (3) The results of multiple linear regression analysis show that there are 4 variables that affect sales volume, namely, product, price, promotion, and place variables simultaneously have a significant effect on sales volume in buying local fruit. Product, price, promotion, and place variables partially have a significant effect on sales volume in purchasing local fruit at Diamond Supermarket Palembang City.

Keywords: Diamond Supermarket , Local Fruit, Marketing Mix, Sales Volume

RINGKASAN

JESSIKA HERMARANI MIRANDA. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Buah Lokal Di Supermarket Diamond Kota Palembang. (Dibimbing Oleh **ANDY MULYANA**).

Buah – buahan merupakan tanaman yang termasuk dalam komoditas hortikultura, buah – buahan memiliki potensi besar untuk dikembangkan karena pangsa pasar buah segar cukup luas. Buah juga merupakan komoditas yang memiliki kandungan gizi yang banyak antara lain vitamin, mineral, serat, pigmen, antioksidan, dan lain – lain. Pemasaran merupakan hal yang penting, bauran pemasaran merupakan salah satu strategi pemasaran untuk menyampaikan informasi secara luas, memperkenalkan suatu produk barang dan jasa. Dalam penelitian ini menggunakan bauran pemasaran 4P yang meliputi produk, harga, promosi, dan tempat. Tujuan dari penelitian ini: (1) Mendeskripsikan proses pengambilan keputusan dalam pembelian buah lokal oleh konsumen di Supermarket Diamond Kota Palembang, (2) Mengkaji strategi bauran pemasaran dalam penjualan buah lokal di Supermarket tersebut, (3) Menganalisis pengaruh bauran pemasaran yang dilakukan oleh manajemen Supermarket tersebut dalam pembelian buah lokal itu terhadap volume penjualan. Metode yang digunakan adalah metode survei menggunakan kuesioner. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari – Februari 2022 dengan jumlah responden konsumen 35 dan reponden pegawai 15 orang. Metode pengumpulan data menggunakan jenis data primer dan data sekunder. Metode pengolahan data menggunakan deskriptif tabulatif, analisis regresi linear berganda dengan diawali uji asumsi klasik, uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil penelitian diperoleh (1) Proses pengambilan keputusan pembelian tahap pengenalan kebutuhan adalah motivasi utama membeli buah lokal karena mudah didapat dan diolah, tingkat kepentingan mengkonsumsi buah sangat penting, tahap pencarian informasi dari informasi pribadi, tahap evaluasi alternatif menjadi pertimbangan utama dalam membeli buah lokal adalah atribut buah, tahap keputusan pembelian secara terencana, dan tahap perilaku pasca pembelian konsumsi menyatakan sudah merasa sangat puas, (2) Strategi bauran pemasaran buah lokal yang diterapkan Supermarket Diamond sudah dapat dikatakan baik karena sudah menerapkan strategi bauran pemasaran 4P, (3) Hasil analisis regresi linear berganda yang menunjukkan ada 4 variabel yang mempengaruhi volume penjualan yaitu, variabel produk, harga, promosi, dan tempat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan dalam pembelian buah lokal. Variabel produk, harga, promosi, dan tempat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan dalam pembelian buah lokal di Supermarket Diamond Kota Palembang.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Buah Lokal, Supermarket Diamond, Volume Penjualan

SKRIPSI

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN BUAH LOKAL DI SUPERMARKET DIAMOND KOTA PALEMBANG

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya



Jessika Hermarani Miranda
05011381823120

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP VOLUME
PENJUALAN BUAH LOKAL DI SUPERMARKET DIAMOND
KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Melaksanakan Penelitian

Oleh:

Jessika Hermarani Miranda
05011381823120

Indralaya, Juli 2022
Pembimbing



Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M.Sc.
NIP. 196012021986031003

Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian Unsri



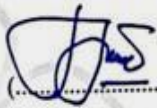
Dr. Ir. A. Muslim, M. Agr.
NIP. 196412291990011001

Skripsi dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Buah Lokal Di Supermarket Diamond Kota Palembang” oleh Jessica Hermarani Miranda telah dipertahankan dihadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada Tanggal 01 Juli 2022 dan telah diperbaiki sesuai aturan dan masukan dari tim penguji.

Komisi Penguji

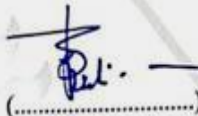
1. Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M. Sc.
NIP. 196012021986031003

Ketua

()

2. Erni Purbiyanti, S.P., M.Si.
NIP. 197802102008122001

Sekretaris

()

3. Ir. Yulius, M.M.
NIP.19590728198412200

Anggota

()

Indralaya, Juli 2022

Ketua Jurusan

Sosial Ekonomi Pertanian

()

Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.
NIP. 197412262001122001

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Jessica Hermarani Miranda

NIM : 05011381823120

Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Buah Lokal Di Supermarket Diamond Kota Palembang.

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat dalam proposal skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri dibawah bimbingan dosen pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam proposal skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapat paksaan dari pihak manapun.



Indralaya, Juli 2022



Jessika Hermarani Miranda

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Jessica Hermarani Miranda biasa dipanggil Jeje, lahir pada tanggal 14 Januari 2001, di Kota Palembang. Penulis merupakan anak dari keluarga Bapak Bobot Adeyani (Alm) dan Ibu Nelly H dan juga anak kedua dari dua bersaudara. Alamat penulis yaitu Jalan Dwikora 2 nomor 1155 rt 18 rw 07 kelurahan Ilir D3 kecamatan Ilir Timur 1 Kota Palembang Provinsi Sumatera Selatan.

Penulis memulai pendidikan di bangku Taman Kanak-Kanak, yaitu masuk pada tahun 2005 di TK Aisyiyah 9 Palembang. Penulis melanjutkan pendidikan di bangku Sekolah Dasar (SD), yaitu di SD Negeri 41 Palembang pada tahun 2006 dan lulus pada tahun 2012. Setelah lulus dari SD, penulis melanjutkan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 3 Palembang yang masuk pada tahun 2012 dan lulus pada tahun 2015. Pada saat Sekolah Menengah Pertama penulis mengikuti ekstrakurikuler basket dan penulis pernah mengikuti perlombaan basket tingkat SMP, penulis melanjutkan pendidikan di bangku Sekolah Menengah Atas (SMA), yaitu SMA Negeri 02 Palembang pada tahun 2015. Saat Sekolah Menengah Atas penulis mengikuti ekstrakurikuler basket. Penulis juga pernah mengikuti lomba Honda DBL Basketball pada tahun 2015 dan 2017, dan penulis juga pernah mengikuti lomba Basket antar kecamatan. Setelah penulis lulus pada tahun 2018 dari Sekolah Menengah Atas, kini penulis melanjutkan pendidikan sebagai Mahasiswa di Universitas Sriwijaya Fakultas Pertanian Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis di kampus Palembang dan telah menjalani masa perkuliahan selama 6 semester. Penulis sedang melaksanakan praktek lapangan tentang Budidaya Tanaman Okra di Klinik Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.

Penulis merupakan salah satu anggota aktif dari Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASEPERTA) sebagai anggota dinas PPSDM (Pengembangan potensi sumberdaya Manusia) 2019-2021.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Buah Lokal Di Supermarket Diamond Kota Palembang”. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, keselamatan, kelancaran, serta kesempatan untuk dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Alm. Bobot Adeyani dan Bunda Nelly H, yang selalu memberikan cinta dan kasih sayangnya tiada henti, serta yang selalu memberikan do’a, semangat, motivasi, dan dukungan serta pengorbanan yang sangat luar biasa yang tidak bisa saya sampaikan dengan kata-kata. Semoga Allah Subhanahu Wata’ala memberikan tempat yang baik disisinya untuk Ayah dan memberikan umur yang panjang untuk Bunda, diampuni segala dosa-dosanya dan selalu dalam lindunganNya.
3. Kakak perempuan saya, Rizkika Oktaviani Miranda yang juga selalu memberikan cinta dan kasih sayangnya tiada henti, serta memberikan do’a, semangat dan juga motivasi kepada kakaknya.
4. Keluarga besar penulis yang juga memberikan dukungan, doa, dan semangat.
5. Bapak Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M.Sc. selaku dosen pembimbing yang memberikan arahan, motivasi, masukan yang bersifat membangun, meluangkan waktu serta selalu sabar kepada penulis agar semangat dalam menyelesaikan skripsi.
6. Tim penguji Terimakasih sudah memberikan saran, masukan, kritik yang membangun agar skripsi ini lebih baik.
7. Seluruh jajaran staf akademik di Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya baik di Indralaya maupun Palembang yang telah bersedia membantu mengurus berkas selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
8. Seluruh Dosen Agribisnis dan Fakultas Pertanian yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.

9. Delia Wulandari, Icha, Tiara, dan Haramain yang banyak membantu dan menyemangati saya untuk menyusun skripsi penelitian ini.
10. Teman – teman Agribisnis B 18 Palembang yang membantu memberikan semangat saran dan motivasinya untuk penyusunan skripsi ini.
11. Kepada pihak Supermarket Diamond Kota Palembang yang sudah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di tempat.

Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan oleh penulis. Agar memperbaiki penulisan pada skripsi ini, karena penulis menyadari dalam penyusunan masih terdapat banyak kekurangan didalamnya. Besar harapan penulis kiranya skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua. Allahuma Aamiin.

Indralaya, Maret 2022

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan dan Kegunaan	4
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN	5
2.1. Tinjauan Pustaka	5
2.1.2. Konsep Buah dan Buah – Buah	5
2.1.3. Konsepsi Pasar dan Pasar Modern	6
2.1.4. Konsepsi Karakteristik Konsumen	8
2.1.5. Konsepsi Proses Pengambilan Keputusan	12
2.1.6. Model Pendekatan	13
2.1.7. Hipotesis	15
2.1.8. Batasan Oprasional	17
BAB 3. PELAKSANAAN KEGIATAN	19
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	19
3.2. Metode Penelitian	19
3.3. Metode Penarikan Contoh	19
3.4. Metode Pengumpulan Data	20
3.5. Metode Pengolahan Data	21
3.5.1. Uji Instrumen	21
3.5.2. Analisis Data	21
3.5.3. Pengujian Asumsi Klasik	23
BAB 4. HASIL DAN PENELITIAN	26
4.1. Keadaan Umum Wilayah Penelitian	26
4.1.1. Letak dan Batas Wilayah Administrasi	26
4.1.2. Keadaan Geografi dan Tepografi	26

	Halaman
4.1.3. Keadaan Umum Cuaca dan Iklim	28
4.1.4. Demografi Kota Palembang	28
4.1.5. Sarana dan Prasarana	31
4.1.6. Kondisi Supermarket Diamond Kota Palembang	32
4.2. Karakteristik Responden Buah Lokal	34
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	34
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	36
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	38
4.2.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga ..	39
4.3. Buah Lokal di Supermarket Diamond	40
4.4. Strategi Bauran Pemasaran Buah Lokal di Supermarket Diamond Kota Palembang	41
4.4.1. Bauran Pemasaran Produk	41
4.4.2. Bauran Pemasaran Harga	42
4.4.3. Bauran Pemasaran Promosi	43
4.4.4. Bauran Pemasaran Tempat	44
4.5. Proses Pengambilan Keputusan	45
4.5.1. Pengenalan Masalah/Kebutuhan	45
4.5.2. Pencarian Informasi	49
4.5.3. Evaluasi Alternatif	51
4.5.4. Keputusan Pembelian	52
4.5.5. Perilaku Pasca Pembelian	55
4.6. Variabel Bauran Pemasaran yang Mempengaruhi Volume Penjualan Buah Lokal di Supermarket Diamond Kota Palembang	59
4.6.1. Uji Asumsi Klasik	59
4.6.2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
4.7. Uji Instrumen	67
4.7.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	67
BAB 5. Kesimpulan dan Saran	68
5.1. Kesimpulan	68

	Halaman
5.2. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Produksi Buah Lokal di Sumatera Selatan dan Kota Palembang 2019 – 2022	2
Tabel 2.1. Kandungan Gizi pada Buah	6
Tabel 2.2. Indikator Variabel Bauran Pemasaran 4P	13
Tabel 4.1. Luas Wilayah Menurut Kecamatan Kota Palembang ..	26
Tabel 4.2. Jumlah Penduduk Kota Palembang Berdasarkan Jenis Kelamin	28
Tabel 4.3. Jumlah Penduduk Kota Palembang Berdasarkan Golongan Umur	29
Tabel 4.4. Sebaran Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 4.5. Sebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.6. Sebaran Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan ..	35
Tabel 4.7. Sebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
Tabel 4.8. Sebaran Responden Berdasarkan Pendapatan	37
Tabel 4.9. Sebaran Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga	39
Tabel 4.10. Sebaran Responden Berdasarkan Kesukaan Mengkonsumsi Buah	44
Tabel 4.11. Sebaran Responden Berdasarkan Kesukaan Anggota Keluarga Mengkonsumsi Buah Lokal	45
Tabel 4.12. Sebaran Responden Berdasarkan Motivasi/alasan Membeli Buah Lokal Di Supremarket Diamond Kota Palembang	46
Tabel 4.13. Sebaran Responden Berdasarkan Tingkat Kepentingan Mengkonsumsi Buah	47
Tabel 4.14. Sebaran Responden Berdasarkan Frekuensi Mengkonsumsi Buah Dalam Satu Hari	47
Tabel 4.15. Sebaran Responden Berdasarkan Subjek yang Melakukan Pembelian	48
Tabel 4.16. Sebaran Responden Berdasarkan Sumber Informasi Pembelian Buah Lokal	48
Tabel 4.17. Sebaran Responden Berdasarkan Informasi Penting Sebelum Membeli Buah	49
Tabel 4.18. Sebaran Responden Berdasarkan Hal yang Menjadi Pertimbangan Dalam Membeli Buah Lokal	50

	Halaman
Tabel 4.19. Sebaran Responden Berdasarkan Pertimbangan Memilih Tempat Belanja Buah Lokal di Supermarket Diamond ..	50
Tabel 4.20. Sebaran Responden Berdasarkan Cara Memutuskan Pembelian Buah Lokal di Supermarket Diamond	51
Tabel 4.21. Sebaran Responden Berdasarkan Subjek yang Membeli Buah Lokal ke Supermarket Diamond	52
Tabel 4.22. Sebaran Responden Berdasarkan Volume dalam Pembelian Buah Lokal Di Supermarket Diamond	53
Tabel 4.23. Sebaran Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Buah Lokal Dalam Satu Bulan	53
Tabel 4.24. Sebaran Responden Berdasarkan Apabila Buah yang Ingin dibeli Tidak Tersedia	54
Tabel 4.25. Sebaran Responden Berdasarkan Tingkat Kepuasan Membeli Buah Lokal di Supermarket Diamond	55
Tabel 4.26. Sebaran Responden Berdasarkan Apabila Harga Buah Mengalami Kenaikan Harga	55
Tabel 4.27. Ringkasan Proses Pengambilan Keputusan Konsumen ..	56
Tabel 4.28. Uji Normalitas Metode Kolmogorov-Smirnov	59
Tabel 4.29. Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.30. Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser	61
Tabel 4.31. Hasil Analisis regresi Linear Berganda	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Tingkatan Proses Pengambilan Keputusan	11
Gambar 2.2. Model Pendekatan	14
Gambar 4.1. Gambar Supermarket Diamond Kota Palembang	32
Gambar 4.2. Stok Buah Lokal di Supermarket Diamond	56
Gambar 4.3. Harga dan Ketersediaan Buah Lokal	57
Gambar 4.4. Contoh Promosi yang Dilakukan Supermarket Diamond.....	58
Gambar 4.5. Gedung Supermarket Diamond Kota Palembang	58
Gambar 4.6. Uji Normalitas Metode Kolmogorov-Smirnov	59
Gambar 4.7 Uji Heteroskedastisitas Metode Scatterplot	60

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Peta Wilayah Kota Palembang	74
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian	75
Lampiran 3. Daftar Pertanyaan ke Manajer Supermarket Diamond	79
Lampiran 4. Karakteristik Konumen di Supermarket Diamond , 2022	80
Lampiran 5. Pengenalan Kebutuhan	82
Lampiran 6. Pencarian Informasi	84
Lampiran 7. Evaluasi Alternatif.....	85
Lampiran 8. Keputusan Pembelian	86
Lampiran 9. Perilaku Pasca Konsumsi	87
Lampiran 10. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	88
Lampiran 11. Proses Wawancara Bersama Manajer Supermarket Diamond, 2022	89
Lampiran 12. Proses Wawancara Bersama Konsumen Buah Lokal Di Supermarket Diamond	90
Lampiran 13. Stok Buah Lokal di Supermarket Diamond	91

BIODATA

Nama/Nim : Jessika Hermarani Miranda/05011381823120
Tempat/Tanggal lahir : Palembang/14 Januari 2001
Tanggal Lulus : 28 Juli 2022
Fakultas : Pertanian
Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Volume Penjualan Buah Lokal di Supermarket Diamond Kota Palembang.
Dosen Pembimbing Skripsi : Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M.Sc.
Pembimbing Akademik : Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M.Sc.

Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Volume Penjualan Buah Lokal di Supermarket Diamond Kota Palembang.

The Effect of Marketing Mix on Local Fruit Sales Volume at Diamond Supermarket Palembang City

Jessika Hermarani Miranda dan Andy Mulyana

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sriwijaya
Jl. Palembang-Prabumulih Km. 32 Indralaya Ogan Ilir 30662

Abstract

Indonesia is an agriculture country with a diversity of genetic sources of fruits growing in various areas. This diversity presents a positive economic factor, particularly in marketing. In today's globalization, marketing programs can introduce products and services, encourage consumers to give, and even create a personal preference or the image of a product that can compete with specific companies. Thus, the purpose of the study is to describe the process of decision making in the purchasing of local fruits by the consumer at the Palembang's Diamond Market, to review the marketing strategies for the sale of local fruit in Palembang's Diamond Market, and the analyze the impact of marketing by the management of the local municipal diamond in the sale of local fruit to the volume of local fruit. The methods are used by direct surveys, interviews, and questionnaires. Samples were taken at random by 50 people, 35 consumers, and 15 staff members, including the manager of the diamond supermarket. Data is collected for two weeks and carried out in January – February 2022. Data obtained through SPSS processing and testing. Data is analyzed by testing the classic assumption of normality tests, multiplying tests, and generosity tests. The results of the testing of classical pruchases for the consumer at the Palembang's Diamond Market is influenced by the state of the need for introduction, the level of peer-conditioning interests, and the search for information related to fruit attributes. The marketplace market strategy is now adopting p (product, price, promotion, and

marketing needs of the city's largest diamond management in selling local fruit to volume sales/

Keyword : Local Fruit, Marketing Mix, The Volume of sales, Palembang's Diamond Market.

Pembimbing,



Prof. Dr. Ir. Andy Mulvana, M.Sc.
NIP.196012021986031003

Indralaya, Juli 2022
Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian



Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.
NIP. 197412262001122001

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia sebagai negara agraris memiliki kepentingan yang besar terhadap sektor pertanian. Salah satu subsektor dalam sektor pertanian adalah subsektor tanaman pangan. Subsektor tanaman pangan meliputi padi, palawija dan hortikultura. Tanaman yang termasuk dalam komoditas hortikultura adalah buah-buahan, sayuran dan tanaman hias. Buah-buahan termasuk yang memiliki potensi cukup besar untuk dikembangkan karena selain kapasitas produksinya cukup besar, pangsa pasar untuk buah-buahan segar juga masih luas (Octaviani, 2014).

Keanekaragaman sumber genetik buah-buahan yang tumbuh tersebar di berbagai wilayah di Indonesia merupakan kekayaan yang tak ternilai harganya. Buah-buahan yang tumbuh di Indonesia dan ditanam oleh penduduk Indonesia dinamakan buah lokal (Komaryanti, 2017).

Buah merupakan komoditas yang memiliki kandungan gizi yang relatif banyak. Diantara beberapa kandungan gizi yang banyak terdapat dalam buah antara lain adalah vitamin, mineral, serat, pigmen, antioksidan, dan lain-lain. Semua itu adalah zat gizi yang sangat dibutuhkan oleh manusia agar dapat menjalankan fungsi metabolisme tubuhnya secara normal (Dewi, 2015).

Jenis dan ketersediaan buah-buahan di Indonesia banyak sekali macam dan jumlahnya. Buah dibutuhkan tubuh sebagai zat gizi mikro dan sumber berbagai vitamin, mineral, dan serat pangan yang penting bagi pertumbuhan, perkembangan dan kesehatan tubuh (Kementerian Kesehatan, 2017).

Konsumen buah dalam jumlah yang cukup sangat penting bagi kesehatan manusia, data dari berbagai sumber menunjukkan bahwa tingkat konsumsi buah-buahan penduduk Indonesia masih jauh di bawah tingkat kecukupan konsumsi buah-buahan yang direkomendasikan oleh WHO. Rendahnya konsumsi buah penduduk Indonesia sangat disayangkan mengingat potensi buah di Indonesia yang sangat banyak dan beragam (Komaryanti, 2017).

Tabel 1.1. Data Produksi Buah Lokal di Sumatera Selatan 2019 – 2022.

No	Jenis Buah	Sumatera Selatan Jumlah(kwintal)	Palembang Jumlah(kwintal)
1	Salak	13.409	-
2	Mangga	237.595	3.294
3	Durian	420.476	554
4	Jeruk	303.762	509
5	Pisang	1.431.102	2.202
6	Pepaya	178.170	2.202
7	Nanas	1.798.453	32

Sumber, BPS 2022.

Provinsi Sumatera Selatan merupakan salah satu provinsi yang ada di Indonesia dengan tingkat produksi buah yang cukup tinggi. Buah Lokal khas dari Sumatera Selatan adalah buah salak, mangga, durian, jeruk pisang, pepaya dan nanas. Data produksi buah di Sumatera Selatan dan Palembang pada tahun 2019 – 2021 dapat dilihat dari Tabel 1.1.

Di era globalisasi saat ini, pemasaran merupakan hal yang sangat penting, mengingat banyaknya persaingan yang terjadi antara perusahaan-perusahaan yang bertarung merebut konsumen di setiap lini dan segmentasi konsumen yang ada di suatu wilayah penjualan. Pemasaran menjadi salah satu aspek yang mendorong meningkatnya volume penjualan suatu perusahaan sehingga tujuan perusahaan tercapai. Konsumen seringkali mengambil keputusan pembelian dengan melihataspek pemasaran dari suatu barang atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan barang atau jasa (Nurmi, 2015).

Bauran pemasaran merupakan salah satu strategi pemasaran untuk menyampaikan informasi secara luas, memperkenalkan suatu produk barang dan jasa, merangsang konsumen untuk memberi bahkan menciptakan preferensi pribadi terhadap image suatu produk. Oleh karena itu bauran pemasaran dianggap sebagai salah satu unsur strategi yang paling potensial di dalam memasarkan produk (Selang, 2013). Bauran pemasaran juga adalah kombinasi dari berbagai variabel keputusan pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk memasarkan barang dan jasanya (Singh, 2012).

Salah satu bentuk strategi pemasaran yang mampu mendukung dalam memasarkan produk untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah penggunaan bauran pemasaran 4P yang meliputi product, price, promotion, dan physical

evidence atau place. Dengan demikian, faktor yang ada dalam bauran pemasaran (marketing mix) merupakan variabel-variabel yang diharapkan mampu menciptakan kepuasan konsumen, atau dengan kata lain variabel-variabel tersebut akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli suatu produk. Kepuasan pelanggan akan berimbas kepada loyalitas pelanggan, sehingga usaha yang dibangun akan terus bertahan dan berkembang (Rachmawati, 2011).

Masyarakat Kota Palembang memilih membeli buah lokal di Supermarket Diamond dikarenakan ke higienisan buah, karakteristik buah, dan kualitas serta harga dan minat pembeli. Jenis buah di Supermarket Diamond terbilang lengkap dan tempatnya pun strategis untuk dikunjungi. Perkembangan pasar modern tepatnya di Supermarket Diamond memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memilih atau membeli produk buah yang terjamin kualitasnya, dan Supermarket Diamond memiliki kualitas pelayanan yang sangat baik, karena konsumen dapat dengan mudah mencari kebutuhannya karena dibantu oleh pegawai atau pramuniaga yang sigap melayani, dan juga tempat penempatan seperti buah dan sayuran mudah diakses sehingga konsumen tidak kebingungan untuk mencari produk tersebut.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dalam penelitian ini dirumuskan beberapa masalah yang ingin diteliti antara lain:

1. Bagaimana proses pengambilan keputusan dalam pembelian buah lokal oleh konsumen di Supermarket Diamond Kota Palembang?
2. Bagaimana strategi bauran pemasaran terhadap penjualan buah lokal oleh manajemen Supermarket tersebut?
3. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran yang dilakukan manajemen Supermarket tersebut dalam pembelian buah lokal itu terhadap volume penjualannya?

1.3. Tujuan dan Kegunaan

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas maka tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Mendeskripsikan proses pengambilan keputusan dalam pembelian buah lokal oleh konsumen di Supermarket Diamond Kota Palembang.
2. Mengkaji strategi bauran pemasaran dalam penjualan buah lokal di Supermarket tersebut.
3. Menganalisis pengaruh bauran pemasaran yang dilakukan manajemen supermarket tersebut dalam penjualan buah lokal terhadap volume penjualannya..

Berdasarkan tujuan di atas maka kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat berguna dan sebagai ilmu pengetahuan tentang pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian buah lokal, strategi bauran pemasaran yang dilakukan perusahaan, serta menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan dalam pembelian buah lokal di Supermarket Diamond Kota Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2011. *Marketing Management and Service Marketing*. Bandung: Alfabet. marketing management and service marketing
- Andoko Jane. dkk. 2015. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Marketing Mix (Produk, Harga, Tempat, Promosi) Terhadap Minat Beli Konsumen pada Guest House Di Surabaya. Universitas Kristen Petra.
- Badan Pusat Statistik. 2019. *Produksi Tanaman Buah-buahan di Provinsi Sumatera Selatan 2019*.
- Barkatullah, A,H. 2007. Urgensi Perlindungan Hak-Hak Konsumen Dalam Transaksi Di E-Commerce. *Jurnal Hukum Vol 2, No 14:247-270*. Banjarmasin.
- Bintoro, R,W. 2010. Aspek Hukum Zonasi Pasar Tradisional Dan Pasar Modern. *Jurnal Dinamika Hukum Vol 10, No 3*. Universitas Jenderal Soedirman. Banyumas.
- Departemen Kesehatan Republik Indonesia. 2009. *Kategori Umur Penduduk* [online]. <https://yhantiaritra.wordpress.com/2015/06/03/kategoriumurmenutdepkes/>. [Dikses pada tanggal 26 Desember 2020].
- Dewi, N,P,D,S. dkk. 2015. *Standar Mutu Buah-Buahan dan Hasil Olahannya*. Skripsi. Politeknik Kesehatan. Denpasar
- Dwiastuti, Rini, Agustina Shinta, dan Riyanti Isaskar. 2012. *Ilmu Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press: Malang.
- Eisenfuhr, F. 2011). *Decision making*. New York, NY: Springer.
- Fissamawati, F. 2009. Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Sayuran di Pasar Tradisional. Skripsi. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. BP Universitas Diponegoro: Semarang
- Hikmawati, K,A. dkk. 2016. Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Survei terhadap Mahasiswa Peserta Telkomsel Apprentice Program Pembeli Kartu SimPATI dan GraPARI Telkomsel Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis Vol 37, No 2*. Universitas Brawijaya. Malang.
- Hintze, Stephanie (2015). *Value Chain Marketing*. Springer: London.
- Indrawati, T. dkk. 2014. Analisis Sumber Modal Pedagang Pasar Tradisional Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi Vol 22, No 1*. Universitas Riau.
- Ismayanti, D. 2016. Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Volume Penjualan Industri Kerupuk Singkong di Desa Bamban Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan. *Jurnal Ilmiah Bisnis 2 (1): 56-64*.
- Kemkes (2017) *Nusantara Menuju Masyarakat Hidup Sehat*. Dipublikasikan Pada : Rabu, 15 Januari 2022.

- Komarayanti, S, 2017. Ensiklopedia Buah-Buahan Lokal Berbasis Potensial Alam Jember Encyclopedia Of Local Fruits Based On Natural Potential Jember. Jurnal Biologi dan Pembelajaran Biologi Vol 2, No 1.
- Kotler, dkk. 2009. Marketing Manajemen: Edisi 12 Bahasa Indonesia. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, dkk. 2016. Marketing management 15e. Boston: Pearson Education.
- Lestari, M. dkk. 2018. Identifikasi Formalin Pada Impor (Apel) Yang Diperjualbelikan Di Kota Makassar. Jurnal Media Laboran Vol 8, No 2. Universitas Indonesia Timur.
- Muchtadi, T. 2010. Ilmu Pengetahuan Bahan Pangan. Bandung. Penerbit : Alfabeta.
- Munandar, J. A., & Onsardi, O. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Sumsel Babel Kcp Tanjung Sakti. (Jems) Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains, 2(1), 43-52.
- Muzdalifah. 2012. Kajian Preferensi Konsumen Terhadap Buah-Buahan Lokal di Kota Banjarbaru. Jurnal Agribisnis Perdesaan Vol 2, No 4.
- Nasution, A,E. dkk. 2019. Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan Vol 1, No 1:194-199.
- Nurmi, 2015. Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kacang Telor Ayam Pada PT. Cahaya Anugrah Sentosa di Kota Makassar. Universitas Negeri Makassar.
- Octaviani, M. W., Yaktiworo, I., dan Suriaty, S. 2014. Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dan Perilaku Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Jus Buah Segar Bandar Lampung Vol 2 (2). Lampung.
- Oktavita Riska. dkk. 2013. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian.
- Pertiwi, M,I. dkk. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Baker's King Donuts & Coffe di MX Mall Malang). Jurnal Administrasi Bisnis Vol 37, No 1. Universitas Sriwijaya.
- Rachmawati, R. 2011. Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). Jurnal Kompetensi Teknik Vol 2, No 1. Universitas Negeri Semarang.
- Sarwoko, 2008. Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pedagang Pasar Tradisional di Wilayah Kabupaten Malang. Malang : Universitas Kanjuruhan Malang
- Sasanto, R. dkk. 2010. Identifikasi Karakteristik Pasar Tradisional Di Wilayah Jakarta Selatan (Studi Kasus : Pasar Cipulir, Pasar Kebayoran Lama, Pasar Batu Putih dan Pasar Santai). Jurnal PLANESA Vol 1, No 1. Universitas Esa Unggul. Jakarta.

- Sefudin, A. (2014). Redefinisi bauran pemasaran (marketing mix) 4P ke 4C (Studikasuk pada Universitas Indraprasta PGRI). *Journal of Applied Business and Economics*, 1(1) 17-23
- Selang, C,A,D. 2013. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA Vol 1, No 3:71-80*
- Simamora, B. 2004. *Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta (ID). PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Singh, M. 2012. Marketing Mix of 4P'S for Competitive Advantage. *IOSR Journal of Business and Management (IOSRJBM)*, Volume 3, Issue 6 (Sep,-Oct.).
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung
- Sujarweni, Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. PT Pustaka Baru: Yogyakarta.
- Suprayitno, Eko. 2008. *Islamic Perspective Microeconomics*. Malang: UIN-Malang Press.
- Syaputra Dadang dkk, 2018. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan pembelian Konsumen Pada Optik Humaira Di Sekayu*.

