

**PENERAPAN BAURAN PEMASARAN PADA PRAKTIK USAHA SARANA  
PRODUKSI (SAPRODI) PERTANIAN BADAN USAHA MILIK DESA  
BERKAH ABADI DESA KUTOARJO, KECAMATAN GEDONG TATAAN,  
KABUPATEN PESAWARAN**

**(Laporan Akhir)**

**Oleh:**

**ISYABEL MARGARETHA**

**1901071035**



**PROGRAM DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG**

**2022**

## **ABSTRAK**

### **PENERAPAN BAURAN PEMASARAN PADA PRAKTIK USAHA SAPRODI PERTANIAN BADAN USAHA MILIK DESA BERKAH ABADI DESA KUTOARJO, KECAMATAN GEDONG TATAAN, KABUPATEN PESAWARAN**

Oleh

**ISYABEL MARGARETHA**

Suatu bisnis apapun perlu merancang dan menentukan strategi untuk mengoperasikan usahanya agar bisnis atau usaha tersebut dapat berjalan dan mencapai target yang di inginkan, salah satu strategi dalam suatu bisnis yakni Bauran pemasaran. Penerapan bauran pemasaran sangat mempengaruhi berjalannya suatu bisnis yang mana menjadi penentu, apakah bisnis yang dijalankan sudah berhasil mencapai target yang di harapkan atas pangsa pasar yang telah di tentukan. Bauran pemasaran ini memiliki elemen 4P yang di sesuaikan dengan kebutuhan suatu bisnis sehingga elemen tersebut dapat di terapkan ketentuannya pada setiap praktik suatu bisnis. Permasalah pada penulisan ini adalah “apakah penerapan bauran pemasaran pada praktik usaha saprodi pertanian BUMDes Berkah Abadi sudah diterapkan dengan baik”. Metode yang dilakukan untuk memperoleh data sebagai bahan penelitian laporan ini adalah berupa metode kualitatif yang dilakukan melalui pengamatan secara langsung atas apa yang terjadi dan seperti apa operasional usaha saprodi pertanian BUMDes Berkah Abadi sehingga menemukan hasil bahwa penerapan Bauran Pemasaran pada praktik usaha saprodi pertanian BUMDes Berkah Abadi belum diterapkan sepenuhnya.

**Kata kunci :** Bauran Pemasaran, Penerapan, Strategi Bisnis

**HALAMAN JUDUL**

**PENERAPAN BAURAN PEMASARAN PADA PRAKTIK USAHA  
SAPRODI PERTANIAN BADAN USAHA MILIK DESA BERKAH ABADI  
DESA KUTOARJO, KECAMATAN GEDONG TATAAN, KABUPATEN  
PESAWARAN**

**(Laporan Akhir)**

**Oleh:**

**ISYABEL MARGARETHA  
1901071035**

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar

**AHLI MADYA (A.Md)**

Pada

Program Studi Diploma III Manajemen  
Pemasaran Jurusan Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung



**PROGRAM DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMPUNG**

**2022**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Laporan Akhir : **PENERAPAN BAURAN PEMASARAN PADA PRAKTIK USAHA SAPRODI PERTANIAN BADAN USAHA MILIK DESA BERKAH ABADI DESA KUTOARJO KECAMATAN GEDONG TATAAN KABUPATEN PESAWARAN**

Nama Mahasiswa : Isyabel Margaretha

Nomor Pokok Mahasiswa : 1901071035

Prodi : DIII Manajemen Pemasaran

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis



Menyetujui,  
Pembimbing

  
Aida Sari S.E., M.Si.  
NIP196201271987032003

Mengetahui,  
Ketua Program Studi  
DIII Manajemen Pemasaran

  
Dr. Dorothy R H Pandjaitan, S.E., M.Si.  
NIP1981012600801201

**HALAMAN PENGESAHAN**

**Ketua Penguji : Aida Sari, S.E.,M.Si**



**Penguji Utama : Hidayat Wiweko, S.E.,M.Si**



**Sekretaris Penguji : Nuzul Inas Nabila, S.E.,M.S.M**



**Tanggal Lulus Ujian : 05 Juli 2022**



**MENGESAHKAN**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Lampung**



**Dr. Nairobi, S.E., M.Si  
NIP 19660621 199003 1 003**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa Laporan Akhir dengan judul:

**PENERAPAN BAURAN PEMASARAN PADA PRAKTIK USAHA SARANA PRODUKSI (SAPRODI) PERTANIAN BADAN USAHA MILIK DESA BERKAH ABADI DESA KUTOARJO KECAMATAN GEDONG TATAAN KABUPATEN PESAWARAN**

Adalah hasil karya sendiri.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam laporan akhir ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau symbol yang saya akui atau seolaholah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberi pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja ataupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik laporan akhir yang saya ajukan ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain namun mengakui seolah olah sebagai hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia untuk dibatalkan gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas Lampung

Bandar Lampung,  
Yang Memberi Pernyataan



Isyabel Margaretha  
1901071035

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis dilahirkan di Tanjung Bintang, 10 Maret 2002. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara. Putri pertama dari pasangan Bapak Agus Feryanto dan Ibu Eka Susanti. Penulis menempuh pendidikan formal mulai dari sekolah dasar (SD) Negeri 3 Jatibaru pada tahun 2007 dan lulus pada tahun 2013, selanjutnya melanjutkan sekolah menengah pertama (SMP/Mts) pada Mts. Al-hikmah Bandar Lampung pada tahun 2013 dan lulus pada tahun 2016, kemudian melanjutkan sekolah menengah atas (SMA) Negeri 1 Tanjung Bintang pada tahun 2016 dan lulus pada tahun 2019. Pada tahun 2019 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Diploma III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung melalui jalur Vokasi. Selama menjadi mahasiswa penulis aktif dalam Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Pada tahun 2022 penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) secara *offline* selama 40 hari di BUMDes Berkah Abadi Desa Kutoarjo, Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran.

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT. Atas kehadirat-Nya, sehingga saya diberi kesempatan dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini meski dengan segala kekurangan. Segala syukur saya haturkan kepada Yang Maha Esa telah menghadirkan orang-orang yang berarti dalam kehidupan saya, menjadi semangat dan pemberi do'a sehingga Laporan Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Teruntuk kedua orang tua saya yang tercinta, Bapak Agus Feryanto dan Ibu Eka Susanti, saya persembahkan karya ini untuk orang tua saya, yang selalu memberikan do'a dan dukungan untuk saya. Apa yang saya capai saat ini, tidak akan pernah cukup untuk membayar atas do'a, cinta, kasih sayang, keringat dan air mata orang tua saya. Terimakasih banyak untuk semua pelajaran hidup yang telah kedua orang tua saya berikan kepada saya, sehingga saya menjadi anak yang tidak pantang menyerah, menjadi anak yang kuat dan bisa bertahan sampai detik ini. Segala restu dan kasih sayang yang kedua orang tua saya berikan kepada saya, tidak akan pernah saya lupa dan akan selalu saya ingat, agar terus menjadi pendorong dan semangat di setiap langkah saya. Semoga kebahagiaan yang saya berikan hari ini, dapat membuat kedua orang tua saya bangga dan bahagia.

## **MOTTO**

“Tidak ada kebaikan dalam ibadah yang tidak dilandasi dengan Ilmu yang tidak ditopang dengan pemahaman, Tidak ada kebaikan dalam membaca Al-qura’an yang tidak di sertai *Tadabbur*”

*(Ali Bin Abi Tholib)*

"Akhlaq terbaik orang Mukmin adalah Pema'af."

*(Al Hasan Al Basri)*

“Kesombongan sekecil apaun yang ada dalam hati, akan menjadi penghancur untuk *si sombong* itu sendiri”

*(Isyabel Margaretha)*

## SANWACANA

Puji syukur kehadiran Allah SWT. Yang telah memberikan kesempatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan akhir ini yang berjudul “Penerapan Bauran Pemasaran pada Praktik Usaha Sapropdi Pertanian Badan Usaha Milik Desa Berkah Abadi Desa Kutoarjo, Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran”, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Penulis menerima banyak dukungan, do’a dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan baik ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan Terima Kasih kepada:

1. Bapak Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung
2. Bapak Aripin Ahmad, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung
3. Ibu Dr. Dorothy Rouly Haratua Pandjaitan, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran, yang telah memberikan waktu, ide, dan arahnya.
4. Ibu Aida Sari, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Laporan Akhir dan selaku Ketua Penguji yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran. Terima kasih atas bimbingan, arahan, saran sangat membantu dalam proses penyusunan laporan akhir ini.
5. Ibu Yuningsih, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan dukungan selama menjalani pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
6. Bapak Hidayat Wiweko, S.E., M.Si selaku dosen Penguji Utama, atas waktunya
7. Ibu Nuzul Inas Nabila, S.E., M.S.M selaku Sekretaris, atas waktunya

8. Para dosen serta staff yang memberi ilmu dan bantuan pengarahan dalam proses perkuliahan dan informasi terkait pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
9. Ibu Sriwan Agus Sumarni selaku direktur BUMDes Berkah Abadi Desa Kutoarjo Kabupaten Pesawaran, Kak Septi Widi Ayu Ningrum selaku Sekertaris BUMDes Berkah Abadi desa Kutoarjo kabupaten Pesawaran, serta Bapak Suprastiyo selaku Kepala Desa Kutoarjo Kabupaten Pesawaran. Terimakasih telah memberikan, kontribusi, arahan serta kemudahan pada pelaksanaan PKL.
10. Saudara, sahabat, dan rekan-rekan Mahasiswa DIII Manajemen Pemasaran yang telah mendukung dan berkontribusi pada proses perkuliahan dan penyusunan Laporan Akhir
11. Almamater tercinta Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 13 juni 2022  
Penulis

Isyabel Margaretha

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>ix</b>
<b>SANWACANA</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penulisan.....	4
1.4 Manfaat Penulisan.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
2.1 Pengertian Pemasaran .....	6
2.2 Pengertian Strategi Pemasaran.....	6
2.3 Bauran Pemasaran.....	6
2.4 Tujuan Bauran Pemasaran .....	9
2.5 Fungsi Bauran Pemasaran.....	9
2.6 Manfaat Bauran Pemasaran .....	10
2.7 Unit-Unit usaha.....	10
<b>BAB III METODE DAN PROSES PENYELESAIAN KERJA PRAKTIK</b> .....	<b>11</b>
3.1 Desain Penelitian .....	11
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	11
3.2.1 Jenis Data.....	11
3.2.2 Sumber Data.....	11

3.3	Metode Pengumpulan Data.....	12
3.4	Objek Kerja Praktik .....	12
3.4.1	Lokasi dan Waktu Kerja Praktik.....	12
3.4.2	Gambaran Umum Badan Usaha Milik Desa (BUMDes).....	13
3.4.3	Visi dan Misi Bidang Usaha BUMDes .....	13
3.4.3.1	Struktur Organisasi .....	13
_Toc111034022		
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>18</b>
4.1	Peran Bauran Pemasaran pada praktik BUMDes Berkah Abadi Desa Kutoarjo, Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran .....	18
4.2	Analisis Elemen Bauran Pemasaran .....	18
4.2.1	Produk ( <i>product</i> ).....	19
4.2.2	Harga ( <i>price</i> ).....	19
4.2.3	Lokasi ( <i>place</i> ) .....	20
4.2.4	Promosi ( <i>promotion</i> ).....	20
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>24</b>
5.1	Simpulan .....	24
5.2	Saran .....	25
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>26</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>27</b>

## **DAFTAR TABEL**

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. 1 Data Omset Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Saprodi Pertanian Berkah Abadi Desa Kutoarjo, Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran tahun 2021.....	2
4. 1 Praktik bauran Pemasaran pada BUMDes Berkah Abadi.....	21

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
3. 1 Struktur organisasi BUMDes Berkah Abadi Desa Kutoarjo, Kabupaten pesawaran.....	14

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1    Daftar Pertanyaan Wawancara
- Lampiran 2    Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 3    Jurnal Aktivitas Peserta Praktik Kerja Lapangan (PKL) Tahun Akademik 2021/2022
- Lampiran 4    Surat Keterangan Praktik Kerja Lapangan (PKL) Tahun Akademik 2021/2022
- Lampiran 5    Pengajuan Judul Laporan Akhir Tahun Akademik 2021/2022
- Lampiran 6    Penilaian Pembimbing PKL/Instruktur PKL Tahun Akademik 2021/2022
- Lampiran 7    Penilaian Dosen Pembimbing PKL Tahun Akademik 2021/2022

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan perekonomian di era modern saat ini tidak dapat dipungkiri bahwa sangat pesat perkembangannya, dengan diikuti perkembangan era teknologi digital, yang mana saling berkaitan. Akan tetapi disamping itu dasar-dasar kunci suatu bisnis tetap berada pada aspek-aspek yang ditentukan berdasarkan teori yang telah dijadikan landasan, dengan melalui tahapan bisnis yang menjadi peran utama pada suatu bisnis yakni pemasaran. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2013) Inti dari Pemasaran (*marketing*) adalah “mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial dengan cara yang menguntungkan”.

Setiap pengoperasian suatu bisnis, sudah seharusnya suatu usaha menyusun strategi pemasaran dan target pasar mana yang berpotensi untuk kelangsungan bisnis yang sedang dijalankan. Strategi dan penargetan pasar ini pun dapat bersifat jangka pendek, menengah maupun untuk jangka panjang, hal tersebut disesuaikan oleh rencana yang telah disusun, melalui strategi pemasaran. Menurut Philip Kotler (2016) “strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi dan bauran pemasaran atau *Marketing Mix*”.

Menurut Kotler dan Armstrong (2016) “*marketing Mix* atau bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran taktis yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan di pasar sasaran”. Berdasarkan teori tersebut dapat diartikan bahwa bauran pemasaran merupakan ujung tombak atas keberhasilan suatu bisnis untuk mencapai respon konsumen sesuai dengan diharapkan pada target yang telah ditentukan. Berkaitan dengan pernyataan tersebut, setiap bisnis harus menentukan strategi dan menyusun rencana untuk pengoperasian bisnisnya begitu pula BUMDes. Pasal 1 nomor 6 UU Desa

menyebutkan BUMDes ialah “Badan Usaha Milik Desa yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh desa melalui pernyataan secara langsung yang berasal dari kekayaan desa yang dipisahkan guna mengelola aset, jasa, pelayanan dan usaha lain untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat desa.”

Artinya bahwa modal yang di kelola oleh pihak petugas BUMDes, dengan melakukan pengembangan usaha yang dipertimbangkan melalui potensi yang ada pada suatu desa serta berdasarkan kebutuhan dan ekonomi desa. Sedangkan tujuan BUMDes sendiri yakni memperkuat dan mengembangkan perekonomian desa serta meningkatkan kesejahteraan desa. BUMDes memiliki fungsi sebagai lembaga komersial dengan menawarkan sumberdaya lokal yang bertujuan mencari keuntungan, melalui lembaga sosial dengan berkontribusi menyediakan pelayanan sosial yang berpihak pada kepentingan masyarakat.

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Berkah Abadi Desa Kutoarjo, Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran merupakan usaha desa yang bergerak dibidang jasa kemitraan dagang dan penjualan produk yakni unit Usaha Saprodi Pertanian, yang menyediakan kebutuhan pertanian seperti bibit, obat semprot, dan pupuk. Penargetan pangsa pasar BUMDes berkah Abadi pada usaha saprodi pertanian ini hanya ditujukan untuk kalangan warga desa sekitar, yang mana potensi pada desa tersebut pada bidang pertanian, sehingga pangsa pasar yang ditargetkan terbatas, pengaruh lainnya terdapat pada tingkat permintaan produk yang disesuaikan dengan masa musiman di bulan-bulan tertentu yang dipengaruhi oleh faktor alam. Sehingga dapat dianalisis kesesuaian penerapan bauran pemasaran apakah sudah di praktikan dengan semestinya pada operasional usaha saprodi pertanian BUMDes Berkah Abadi. Berikut data penjualan 2021.

**Tabel 1. 1 Data Omset Penjualan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Saprodi Pertanian Berkah Abadi Desa Kutoarjo, Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran tahun 2021**

Bulan	Omzet Penjualan Usaha Saprodi Pertanian
Januari	Rp 1.799.000,00
Februari	Rp 1.596.000,00
Maret	Rp 2.637.000,00

Lanjutan Tabel 1.1

Bulan	Omzet Penjualan Usaha Saprodi Pertanian
April	Rp 1.907.000,00
Mei	Rp 1.356.000,00
Juni	Rp 3.232.000,00
Juli	Rp 1.064.000,00
Agustus	Rp 2.912.000,00
September	Rp 1.009.000,00
Oktober	Rp 1.463.000,00
November	Rp 1.310.000,00
Desember	Rp 1.094.000,00
Total Penjualan tahun 2021	Rp 21.379.000,00

*Sumber: Badan Usahan Milik Desa (BUMDes) Berkah Abadi Desa Kutoarjo, Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran*

Berdasarkan Tabel 1.1, data omzet penjualan pada BUMDes Berkah Abadi yang bergerak di bidang usaha saprodi pertanian yang menjual berbagai jenis obat rumput dan pembasmi hama, bibit tanaman padi dan palawija, terlihat bahwa data tersebut fluktuatif. Dampak dari ketidakstabilan tersebut ditimbulkan oleh beberapa faktor, diantaranya dipengaruhi oleh musiman yang ditentukan berdasarkan cuaca, selain itu faktor adanya pandemi Covid-19 juga menjadi hal yang sangat berpengaruh atas data omzet penjualan yang fluktuatif tersebut, yang mana faktor fenomena alam yang terjadi, berarti diluar kendali BUMDes selaku pengusaha sehingga bukan kapasitas pihak BUMDes untuk mengatur hal tersebut.

Akan tetapi selain faktor fenomena alam yang terjadi, ada faktor lain yang dapat dikendalikan oleh pihak BUMDes, yang juga berpengaruh untuk upaya menyesuaikan data fluktuatif dengan operasional yang sesuai keadaan yang ada, yakni dengan menerapkan strategi yang dapat menyesuaikan data fluktuatif tersebut, salah satunya menerapkan Bauran Pemasaran pada praktik operasional BUMDes Berkah Abadi, sehingga dapat menentukan apakah penerapan Bauran Pemasaran yang telah dilakukan sudah baik sesuai ketentuan atau belum. Untuk mengetahui aspek bauran pemasaran apa saja yang telah diterapkan dengan baik

dan sesuai dengan kondisi pada operasionalnya, sehingga berdampak pada masalah tersebut, maka penulis berinisiatif untuk menyusun Laporan Akhir yang berjudul “Penerapan Bauran Pemasaran pada Praktik Usaha saprodi Pertanian BUMDes Berkah Abadi Desa Kutoarjo, Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran “

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar belakang yang telah di bahas, dapat dirumuskan permasalahannya adalah:

Apakah penerapan bauran pemasaran pada Praktik usaha Saprodi Pertanian BUMDes Berkah Abadi Desa Kutoarjo, Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran sudah diterapkan dengan baik?

## **1.3 Tujuan Penulisan**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penulisan laporan akhir ini adalah:

Untuk mengetahui penerapan bauran pemasaran pada usaha saprodi pertanian BUMDes Berkah Abadi Desa Kutoarjo, Kecamatan Gedong tataan, Kabupaten Pesawaran sudah di terapkan dengan baik.

## **1.4 Manfaat Penulisan**

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

a. Bagi penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan, serta sarana penerapan ilmu yang telah diperoleh pada saat perkuliahan serta menambah kreativitas penulis dalam mengembangkan dan menuangkan ilmu tersebut dalam kegiatan PKL yang telah dilaksanakan pada Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)

b. Bagi BUMDes Berkah Abadi Desa Kutoarjo, Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran,

Dapat dijadikan pertimbangan dan bahan acuan dalam pengelolaa bauran pemasaran dan penargetan pasar secara efisien dalam kegiatan pengoperasiolan praktik usaha saprodi pertanian BUMDes Berkah Abadi.

c. Bagi pembaca

Untuk bisa dimanfaatkan sebagai bahan referensi pendukung atas pentingnya peranan serta penerapan strategi bauran pemasaran pada setiap instansi bisnis.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pengertian Pemasaran**

Menurut Kotler dan Keller (2016) “pemasaran adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi suatu barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia” Secara garis besar berdasarkan teori tersebut dapat diartikan bahwa pemasaran adalah fungsi untuk menjaring intraksi terhadap lingkungan eksternal guna membangun hubungan untuk tercapainya apa yang konsumen butuhkan dengan nilai tukar yang lain (keuntungan).

#### **2.2 Pengertian Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran merupakan tindakan yang telah direncanakan untuk mengenalkan produk suatu bisnis kepada masyarakat luas,. Strategi pemasaran menurut Robert W. Palmarier dan Shrihari Sridhar (2020) “strategi pemasaran adalah keputusan tindakan yang difokuskan pada membangun keunggulan differensial yang berkelanjutan, relatif terhadap pesaing, dibenak pelanggan, untuk mencapai nilai bagi pemangku kepentingan”

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa struktur proses suatu bisnis saling berkaitan satu dengan yang lainnya. Sehingga menghasilkan pencapaian yang sesuai dengan apa yang ditargetkan, dengan demikian perlunya memperhatikan elemen-elemen yang telah di tentukan sebelumnya dengan melalui tahapan pengerapan bauran pemasaran.

#### **2.3 Bauran Pemasaran**

Untuk tercapainya pasar sasaran yang telah ditargetkan tersebut, sebagai produsen sudah semestinya menyusun perencanaan secara efisien guna mengembangkan suatu bisnis, terlebih pada bentuk pelaksanaan pemasaran yang efektif, sehingga

menghasilkan suatu bentuk kesesuaian antara upaya atau usaha dengan hasil yang diinginkan pasar sasaran yang telah ditargetkan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2016) “Bauran pemasaran atau *marketing mix* dapat diartikan sebagai kumpulan dari elemen yang dapat dikendalikan yang digunakan oleh perusahaan untuk mengejar tingkat penjualan yang diinginkan dalam pasar sasaran berupa 4P, dengan kata lain 4P merupakan beberapa kombinasi dari tindakan pemasaran yang merupakan faktor internal yang berada dalam jangkauan sehingga dapat dikendalikan oleh perusahaan, 4P sebagai berikut.”

#### 1. Produk (*product*)

Menurut Sumarni dan Soeprihanto (2010), “Produk adalah setiap apa saja yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan”. Disamping itu pula tidak hanya barang saja tetapi juga mencakup jasa ataupun bisa mencakup keduanya (barang dan jasa) indicator produk adalah sebagai berikut:

- a) Mutu
- b) Ciri khas
- c) Gaya merek dagang
- d) Pembungkus/ *packaging*
- e) Layanan jaminan

#### 2. Harga (*price*)

Menurut Sumarni dan Soeprihanto (2010) harga adalah, “Jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya”. Setelah produk diproduksi maka selanjutnya penentuan harga.

Dalam ekonomi teori, nilai (*value*) dan *utility*, merupakan konsep yang saling berhubungan. Yang mana maksud dari *utility* adalah yang melekat pada suatu barang yang kemungkinan barang tersebut bermanfaat memenuhi kebutuhan

(*needs*), keinginan (*wants*), dan memuaskan konsumen (*satisfaction*). Berikut indikator harga:

- a) Daftar harga
- b) Potongan harga
- c) Syarat kredit
- d) Periode pembayaran

### 3. Tempat (*place*)

Definisi *Place* menurut Sumarni dan Soeprihanto (2010) tentang saluran distribusi adalah, “Saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau industri pemakai”. Tempat bukan hanya sekedar lokasi, melainkan tempat dalam marketing mix biasa disebut dengan saluran distribusi, yang dimana produk tersebut bisa sampai ketangan konsumen, dengan tidak menyulitkan konsumen. Adapun ketentuannya:

- a) Lokasi
- b) Transportasi
- c) Persediaan barang distributor
- d) Pengecer

### 4. Promosi (*promotion*)

Menurut Tjiptono (2008), “pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud dengan bauran komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi /membujuk, dan/ atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Dapat disimpulkan bahwa, promosi merupakan elemen penting dalam bauran pemasaran, yang merupakan salah satu jenis komunikasi yang sering dipakai oleh pemasar. adapun ketentuan promosi sebagai berikut:

- a) Periklanan
- b) *personal selling*
- c) promosi penjual publisitas

## 2.4 Tujuan Bauran Pemasaran

Seorang ahli bernama Buchari Alma (2014), menafsirkan *marketing mix* merupakan suatu bentuk strategi dalam mengombinasikan berbagai macam kegiatan marketing agar tercipta sebuah kombinasi maksimal sehingga akan muncul hasil yang paling memuaskan.

### 1. Pemasaran Langsung

Pemasaran langsung adalah suatu bentuk sistem pemasaran intraktif yang dapat digunakan oleh satu atau lebih pengiklanan untuk menghasilkan tanggapan atau transaksi yang dapat diukur di satu tempat.

### 2. Periklanan

Periklanan adalah salah satu bentuk perilaku yang paling penting dalam bauran pemasaran. Tujuan utama iklan ini adalah untuk memberikan informasi kepada konsumen yang ditargetkan tentang produk dan layanan mereka untuk meningkatkan penjualan.

### 3. Promosi

Promosi ialah kumpulan alat intensi yang direncang untuk memfasilitasi pembelian barang atau jasa.

## 2.5 Fungsi Bauran Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstrong (2016) “bauran pemasaran adalah sekumpulan taktis yang dipadukan perusahaan yang berfungsi untuk mencapai target pasar yang diinginkan” berdasarkan teori tersebut dapat diartikan bahwa bauran pemasaran memiliki fungsi untuk perantara upaya dan tujuan yang diinginkan perusahaannya. Fungsi bauran pemasaran secara umum ialah sebagai berikut.

### a) Fungsi Logistik

Logistik produk dapat dilakukan dengan menyangkut dan menyimpan produk.

### b) Fungsi Barter

Konsumen dapat membeli produk dari produsen dengan menukar uang dengan produk atau dengan menukar produk untuk digunakan sendiri atau dijual kembali.

c) Perantara

Adalah media perantara untuk mengangkut produk dari produsen ke konsumen, menggabungkan kegiatan pertukaran dan penjualan fisik.

## **2.6 Manfaat Bauran Pemasaran**

Bauran pemasaran memberikan dampak yang besar pada setiap bauran elemen didalamnya diantaranya yakni pada bidang komunikasi. Menurut Kotler dan Keller (2018) Manfaat komunikasi bauran pemasaran pada penjualan sebagai berikut:

1. Iklan

Meraih perhatian yang dapat mengarahkan konsumen kepada produk

2. Promosi

Mencakup beberapa konsesi, pendorong atau kontribusi yang memberikan nilai bagi konsumen

3. Memfasilitasi proses komunikasi

Fasilitas komunikasi berupa iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publisitas

## **2.7 Unit-Unit usaha**

Unit usaha yang ada pada BUMDes Berkah Abadi terdapat dua jenis usaha, yang pertama Unit Usaha dagang yakni Saprodi Pertanian yang menjual kebutuhan pertanian seperti bibit padi dan palawija, obat semprot hama dan rumput, serta pupuk. Sedangkan unit usaha yang kedua yakni bergerak dibidang jasa berupa usaha Kemitraan dagang, yang bekerja sama dengan warga desa yang telah memiliki usaha dan ingin mengembangkan usahannya akan di berikan pinjaman untuk modal.

## **BAB III**

### **METODE DAN PROSES PENYELESAIAN KERJA PRAKTIK**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Desain penelitian adalah suatu pedoman dalam melakukan proses penelitian diantaranya dalam pengambilan data, pengumpulan data, serta analisis data. Dengan memilih desain yang tepat diharapkan dapat membantu peneliti dalam menjalankan penelitian yang sesuai dan benar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa tulisan atau lisan dari orang atau perilaku yang diamati selama kegiatan Praktik Kerja Lapangan dalam waktu 40 hari. Data tersebut dihasilkan melalui kegiatan wawancara langsung dengan pengurus BUMDes Berkah Abadi dan observasi lapangan.

#### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

##### **3.2.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penulisan ini adalah data kualitatif. Menurut Sugiono (2017) “penelitian kualitatif adalah metode untuk mendapatkan data pada tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), penelitian yang berlandaskan pada pengambilan data yang dapat berupa pengedaran kuisioner, wawancara, dan sebagainya”

##### **3.2.2 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan adalah data sekunder, menurut Sugiyono (2008) “sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Sesuai teori tersebut sumber data yang diperoleh penulis berasal dari data yang mana data ini merupakan jenis data yang diperoleh dan digali melalui hasil pengolahan pihak kedua dari hasil penelitian lapangan, baik berupa data kualitatif

ataupun data kuantitatif. Data sekunder ini merupakan data yang bersifat mendukung keperluan data primer seperti buku, literatur, dan bacaan yang berkaitan dengan Bauran Pemasaran pada praktik usaha BUMDes Berkah Abadi.

### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

#### **1. Metode pengamatan**

Metode ini dilakukan dengan cara mengamati secara langsung mengenai apa yang terjadi pada Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Berkah Abadi mulai pada tanggal 17 Januari- 04 Maret 2022 guna mendapatkan data sehingga dapat mengetahui apakah bauran pemasaran pada Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Berkah Abadi, Desa Kutoarjo, Kabupaten Pesawaran telah terlaksana dengan baik.

#### **2. Wawancara**

Sebuah teknik menganalisis data yang dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan terkait dengan data yang dibutuhkan dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada responden atau narasumber, yang dimaksud ialah pengurus langsung BUMDes Berkah Abadi, Desa Kutoarjo, Kabupaten Pesawaran. Berikut list pertanyaan yang ditanyakan kepada pengurus BUMDes saat diwawancara:

#### **3. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen–dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. Dokumen yang dapat dijadikan sebagai bukti pendukung sehingga data yang diperoleh dapat dikonfirmasi.

### **3.4 Objek Kerja Praktik**

#### **3.4.1 Lokasi dan Waktu Kerja Praktik**

Lokasi yang dijadikan tempat penelitian adalah Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Berkah Abadi, Desa Kutoarjo, Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten

Pesawaran. Praktik kerja dilaksanakan pada kurun waktu 40 hari yaitu pada tanggal 17 Januari 2022 hingga 04 Maret 2022.

### **3.4.2 Gambaran Umum Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)**

Badan usaha milik desa (BUMDes) Berkah Abadi, terbentuk pada tahun 2017 yang berlokasi di Desa Kutoarjo, Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran. Usaha yang dijalankan berupa usaha jasa dan usaha dagang. Dengan dikelola oleh pengurus BUMDes. Awal terbentuknya BUMDes Berkah Abadi beroperasi dibidang perdagangan yang menjual kebutuhan pertanian seperti bibit padi dan alawija serta obat-obatan pembasmi hama dan rumput. Sedangkan usaha tambahan yang di bentuk oleh BUMDes berupa Usaha jasa kemitraan dagang yang bekerja sama dengan warga desa yang sudah memiliki usaha yang ingin dikembangkan akan di beri dana pinjaman dari pihak BUMDes.

### **3.4.3 Visi dan Misi Bidang Usaha BUMDes**

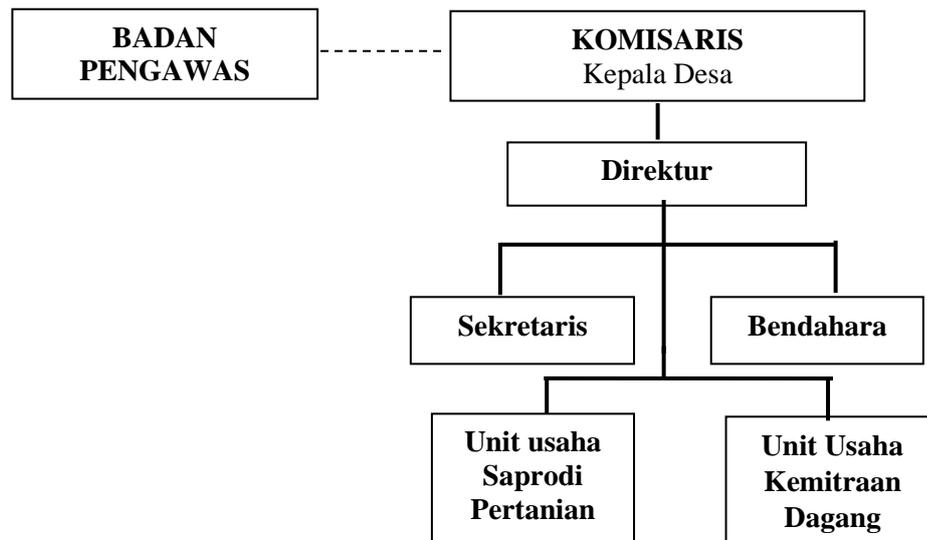
Visi: Visi dari BUMDes Berkah Abadi adalah Berdikari

Misi:

- a) Memberikan pelayanan yang maksimal terhadap warga desa
- b) Menggali potensi desa untuk didaya gunakan
- c) Membuka pola wirausaha masyarakat
- d) Pemberdayaan masyarakat.

#### **3.4.3.1 Struktur Organisasi**

Struktur organisasi BUMDes Berkah abadi Desa Kutoarjo, Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran sebagai berikut.



**Gambar 3. 1 Struktur organisasi BUMDes Berkah Abadi Desa Kutoarjo, Kabupaten pesawaran**

*Sumber: BUMDes Berkah Abadi*

Tugas-tugas jabatan pada struktur organisasi BUMDes Berkah Abadi sebagai berikut. Berdasarkan AD-ART yang berlaku pada BUMDes Berkah Abadi

1. Badan Pengawas (BPD)

- a. melakukan pengawasan terhadap kebijakan pengurusan dan jalannya pengurusan BUMDes oleh pelaksana operasional termasuk pengawasan terhadap pelaksanaan program kerja, sesuai Anggaran Dasar, keputusan Musyawarah Desa, dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan;
- b. melakukan audit investigatif terhadap laporan keuangan BUMDes;
- c. menyampaikan laporan hasil pemeriksaan atau pengawasan tahunan kepada Musyawarah Desa;
- d. melakukan telaahan atas laporan semesteran pelaksanaan pengelolaan Usaha BUMDes dari pelaksana operasional untuk di ajukan kepada penasihat;
- e. bersama dengan penasihat, menelaah rencana program kerja yang diajukan dari pelaksana operasional untuk diajukan kepada Musyawarah Desa;
- f. bersama dengan penasihat, melakukan telaahan atas laporantahunan pelaksanaan pengelolaan Usaha BUMDes oleh pelaksana operasional sebelum diajukan kepada Musyawarah Desa;
- g. bersama penasihat, menelaah laporan tahunan pelaksanaan pengelolaan Usaha BUMDes untuk diajukan kepada Musyawarah Desa

- h. memberikan penjelasan atau keterangan tentang hasil pengawasan dalam Musyawarah Desa.

## 2. Komisaris/Penasihat

- a. memberikan masukan dan nasihat kepada pelaksana operasional dalam melaksanakan pengelolaan BUMDes;
- b. menelaah rancangan rencana program kerja dan menetapkan rencana program kerja BUMDes berdasarkan keputusan Musyawarah Desa;
- c. menampung aspirasi untuk pengembangan usaha dan organisasi BUMDes sesuai dengan Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga;
- d. bersama pengawas, menelaah laporan semesteran atas pelaksanaan pengelolaan usaha BUMDes;
- e. bersama pengawas, menelaah laporan tahunan atas pelaksanaan pengelolaan usaha BUMDes untuk diajukan kepada Musyawarah Desa;
- f. memberikan pertimbangan dalam pengembangan usaha dan organisasi BUMDes sesuai dengan Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga dan/atau keputusan Musyawarah Desa;
- g. memberikan saran dan pendapat mengenai masalah yang dianggap penting bagi pengelolaan BUMDes sesuai dengan Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga dan/atau keputusan Musyawarah Desa; dan
- h. meminta penjelasan dari pelaksana operasional mengenai persoalan pengelolaan BUMDes sesuai dengan Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga dan/atau keputusan Musyawarah Desa.

## 3. Direktur

- a. menjalankan segala tindakan yang berkaitan dengan pengurusan BUMDes untuk kepentingan BUMDes dan sesuai dengan maksud dan tujuan BUMDes serta mewakili BUMDes di dalam dan/atau di luar pengadilan mengenai segala hal dan segala kejadian, dengan pembatasan sebagaimana diatur dalam Anggaran Dasar BUMDes, keputusan Musyawarah Desa dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan;
- b. menyusun dan melaksanakan rencana program kerja BUMDes;

- c. menyusun laporan semesteran pelaksanaan pengelolaan Usaha BUMDes untuk diajukan kepada penasihat dan pengawas;
  - d. menyusun laporan tahunan pelaksanaan pengelolaan Usaha BUMDes untuk diajukan kepada Musyawarah Desa setelah ditelaah oleh penasihat dan pengawas;
  - e. atas permintaan penasihat, menjelaskan persoalan pengelolaan BUMDes kepada penasihat;
  - f. menjelaskan persoalan pengelolaan BUMDes kepada Musyawarah Desa; dan bersama dengan penasihat dan pengawas, menyusun dan menyampaikan analisis keuangan, rencana kegiatan dan kebutuhan dalam rangka perencanaan penambahan modal Desa dan/atau masyarakat Desa untuk diajukan kepada Musyawarah Desa
4. Sekertaris
    - a. Membantu direktur BUMDes dalam pengprasionalan BUMDes dalam bentuk administrasi
    - b. Menyusun laporan kegiatan BUMDes bersama dengan direktur BUMDes
    - c. Bertanggungjawab atas pengelolaan data yang di arsipkan terkait BUMDes
  5. Bendahara
    - a. Mengelola segala bentuk kepentingan yang berkaitan dengan anggaran pengelolaan BUMdes
    - b. Membuat anggaran sementara terkait oprasional pendanaan BUMDes
    - c. Bertanggungjawab atas kesesuaian pengelolaan anggaran oprasional dengan estimasi anggaran yang diperkirakan dalam anggaran sementara
  6. Unit usaha saprodi pertanian
    - a. Bertanggungjawab mengenai persediaan yang dibutuhkan sesuai permintaan pasar
    - b. Mengontrol permintaan pasar dengan kemampuan unit usaha untuk pemenuhan kebutuhan pasar
    - c. Menyesuaikan harga dengan harga pasaran
  7. Unit usaha kemitraan dagang
    - a. Bertanggungjawab atas pinjaman yang di berikan kepada mitra dagang
    - b. Mengontrol pinjaman yang diminta mitra dagang
    - c. Menyesuaikan keadaan usaha mitra dagang dengan pinjaman yang diajukan

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Simpulan dalam Laporan akhir dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Aspek pada bauran pemasaran di setiap elemennya kurang baik sesuai indikator berdasarkan teori yang ada. Dari elemen 4P yang ada indikator ketentuan yang diterapkan dengan baik hanya pada elemen produk yang mana hal tersebut juga dipengaruhi oleh permintaan pangsa pasar. Elemen produk ini terdapat hasil yang baik dalam penerapan ketentuan produk terdapat 3 dari 5 indikator yang telah diterapkan selain itu hal tersebut juga merupakan pengaruh permintaan konsumen sehingga pemenuhan elemen produk menjadi *fleksible*.
2. Tiga elemen lainnya (*price, place, promotion*) belum diterapkan dengan baik yang sesuai dengan indikator ketentuan yang ada.
3. Sedangkan menurut pengakuan dari Pihak BUMDes sendiri menyatakan bahwa yang menjadi prinsip pengelolaan usaha BUMDes Berkah Abadi pada wawancara yang penulis lakukan yakni bahwa “modal tidak boleh sampai habis”, atas pernyataan tersebut menunjukkan bahwa BUMDes sendiri belum memahami strategi dalam pengelolaan suatu bisnis, terlebih pada penerapan bauran pemasaran pada berjalannya suatu usaha. Pihak BUMDes juga mengakui bahwa belum sepenuhnya menguasai sistem kerja BUMDes yang semestinya. Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa pihak BUMDes mengakui kurangnya pemahaman mengenai edukasi tentang pengaplikasian Bauran Pemasaran pada operasional suatu bisnis.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan permasalahan diatas penulis menyarankan bahwa:

1. Pelaksanaan bauran pemasaran pada praktik operasional usaha saprodi pertanian BUMDes Berkah Abadi harus lebih di optimalkan dengan memenuhi kriteria Indikator elemen 4P, selain itu perlu adanya evaluasi secara berkala atas penerapan bauran pemasaran yang telah diterapkan juga perlu dilakukan. Hal tersebut nantinya juga dapat dilihat dari hasil penjualan yang dihasilkan setiap tahunnya, dan lebih meningkatkan pemenuhan ketentuan terlebih di elemen promosi.
2. Sebelum menerapkan elemen bauran pemasaran perlunya melakukan evaluasi terhadap situasi keadaan pangsa pasar dengan diimbangi kemampuan BUMDes
3. Memberikan penyuluhan berupa edukasi mengenai sisitem kerja, penargetan pasar dan prinsip usaha terlebih pada usaha BUMDes, agar operasionalnya dapat berjalan sesuai tahapan yang terencana sesuai kapasitas dan kendali pada BUMDes.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2014). *Manajemen pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Amstrong dan Kotler. (2016). *"Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Kedua Belas, Jilid satu*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Amstrong . (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi Kedua Belas Jilid Satu*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller . (2016). *Manajemen Pemasaran* . Jakarta : PT. Macaman Jaya Cemerlang .
- Kotler, Philip. (2016). *Manajemen Pemasaran, Edisi Keempat belas*. Jakarta: PT. Indeks.
- Palmatier, R. W., & Sridhar, S. (2020). *Marketing strategy: Based on first principles and data analytics*. Bloomsbury Publishing.
- Sumarni dan Soeprihanto. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran. Edisi Ketiga* . Yogyakarta: C.V Andi Offset.