

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitiannya yaitu: Strategi pemasaran 7P (*products, price, promotions, place, people, process, physical Evidence*) yang dilakukan oleh pengelola Kopi seelos dalam meningkatkan penjualan produk Kopinya sangat berperan penting dan dapat membantu dalam meningkatkan penjualan. Strategi ini mencakup dan memastikan

**5.1.1** *Product* yang dihasilkan dan yang dipasarkan oleh kopi seelos selalu berkualitas baik serta memenuhi standar pemerintah.

**5.1.2** *Price* yang ditawarkan oleh industri Kopi Seelos ini juga mempengaruhi harga produknya, yang bisa jadi lebih tinggi dibandingkan industri kopi lainnya. Namun yang diterapkan pengelola Kopi Seelos yaitu menjual dengan harga murah yang tentunya sudah diperhitungkan sebelumnya.

**5.1.3** *Promotion*, industri Kopi Seelos ini juga memanfaatkan kegiatan promosi seperti dibawah ini :

**5.1.3.1** Periklanan (*Advertising*), staretgi promosi yang digunakan Kopi Seelos sudah menggunakan berbagai cara untuk memperkenalkan produknya ke halayak ramai. Seperti, penggunaan Media Sosial yaitu akun Instagram

**5.1.3.2** Penjualan perseorangan (*Personal Selling*), Pengelola Kopi Seelos melakukan aktivitas jual beli dengan baik dan

ramah tamah. Mereka juga menguasai pengetahuan mengenai produk, harga hingga prosesnya dalam memberikan informasi atau melayani konsumen baik secara langsung (bertatap muka) maupun sekedar lewat telpon, SMS maupun chat sosial media.

**5.1.3.3** Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), strategi promosi penjualan yang digunakan kopi seelos dalam bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif seperti pemberian diskon potongan harga dan *free* ongkir ke alamat tujuan.

**5.1.3.4** Hubungan Masyarakat (*Public Relations*), Hubungan pelaku industri Kopi seelos dengan masyarakat di sekitar Selelos maupun masyarakat luas pada konteksnya sangat erat yang dimana memberikan pelayanan terhadap siapapun yang datang walaupun hanya untuk sekedar berkunjung untuk melihat produksi Kopi Selelos namun tetap dilayani dengan sepenuh hati.

**5.1.3.5** Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*), pelaku bisnis Kopi Selelos untuk memasarkan produknya dengan cara memasarkan langsung diwilayah sendiri baik dengan cara mendatangi langsung konsumen ke rumahnya atau biasa di sebut *door to door* dan pernah mengadakan sosialisasi didesa seelos. Pemasaran langsung yang sering digunakan Kopi Selelos ini juga yaitu dengan cara mengikuti bazar, seminar, pameran dan lain sebagainya

**5.1.4** *Place*, Lokasi Industri kopi sangat menentukan keberhasilan strategi pemasaran karena memungkinkan pelanggan membeli kopi dari berbagai lokasi, seperti beberapa Mitra kopi Seelos yang ada di Lombok Utara yaitu Toko oleh-oleh Lotara dan Toko Pujangga.

**5.1.5** *People* yang ada di Industri Kopi Seelos ini meliputi karyawan atau pengelola yang memiliki karakteristik pribadi positif, jujur, kreatif, sabar, ramah, komunikatif dan skill yang sangat baik. Bahkan pengelola disana juga dibekali dengan pelatihan-pelatihan dari pemerintah dan pelatihan umum baik pelatihan produksi kopi maupun pelatihan manajemen perusahaan.

**5.1.6** *Process*, Proses atau aktivitas jual beli yang dilakukan pengelola kopi seelos mulai dari proses produksinya hingga ketangan konsumen yaitu pertama proses pembuatan di mulai dari proses pemetikan biji kopi, proses pengeringan, proses pengupasan kulit ari, proses pemanggangan atau *roasting*, proses pembubukan, dan yang terakhir proses pengemasan. Sedangkan untuk proses pembeliannya bisa dilakukan secara langsung (membeli barang yang sudah tersedia) atau dengan menggunakan sistem pemesanan artinya konsumen dapat menentukan bentuk barang, dan ukurannya yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain itu dalam proses pembayarannya bisa melakukan pembayaran Tunai dan Transfer.

**5.1.7** *Physical Evidence*, Bukti fisik juga sangat penting untuk keberhasilan strategi pemasaran, kualitas produk kopi seelos yang baik, seperti biji kopi, dan kemasan produk sangat penting untuk keberhasilan strategi pemasarannya.

**5.1.8** Penerapan strategi pemasaran 7P (*products, price, promotions, place, people, process, physical Evidence*) yang digunakan oleh Kopi seelos semenjak berdiri sampai saat ini dapat dikatakan berjalan dengan baik. Sangat membantu dalam penjualan produk kopi seelos, Namun penjualannya sempat mengalami penurunan pada tahun 2022. Singkatnya, strategi pemasaran yang diterapkan oleh industri kopi seelos ini menggunakan strategi 7P (*products, price, promotions, place, people, process, physical Evidence*) yang paling utama dan paling unggul yang diterapkannya yaitu produk atau kualitas, harga produk, promosi, *people*/karyawan dan proses yang digunakan terhadap peningkatan penjualan produk Kopi Seelos selama ini.

## **5.2 Saran**

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka dapat di berikan saran sebagai berikut:

**5.2.1** Kepada Pemerintah Kabupaten Lombok Utara diharapkan agar lebih mendukung Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) baik yang ada di tingkat kecamatan maupun di desa-desa agar lebih bisa berkembang lagi guna untuk mempromosikan makanan atau oleh-oleh khas Lombok kepada wisatawan domestik ataupun mancanegara.

**5.2.2** Kepada pemilik dan pengelola industri Kopi Seelos sarannya yaitu yang pertama dari segi produk, pengelola bisa melakukan inovasi baru pada variasi rasa kopi menambahkan menu-menu baru seperti kopi campuran dengan vanila, coklat, rempah-rempah dll. Lalu yang kedua dari segi promosinya, dilihat dari akun instagramnya

yang masih kurang *update*. Pengelola atau adminnya bisa mencantumkan atau mengaitkan tautan *whatsapp bussines* di Bio Instagram Kopi Seelos supaya memudahkan pelanggan dalam mengakses pada saat akan memesan produk. Pengelola juga bisa memasarkan produk kopi seelos ini di *e-commerce* seperti Shopee, TikTok Shop, BliBli, Tokopedia dll. Agar produk kopi seelos bisa dikenal dan bisa dinikmati oleh konsumen diluar daerah NTB. Lalu selanjutnya, dari segi lokasi pembuatan produk Kopi Seelos ini diharapkan dapat lebih di perluas lagi agar pegawai lebih nyaman selama proses produksi dan juga disarankan untuk membuat cabang baru atau menambah relasi dan Mitra didaerah perkotaan seperti di Mataram Agar memudahkan para konsumen bisa datang langsung untuk membeli dan bisa melihat langsung proses pembuatannya. Lalu saran yang terakhir yaitu untuk karyawan atau pengelola Kopi Seelos ini masih kurang, sehingga membuat kurang efisiennya proses bisnis jual beli produk Kopi Seelos ini. Jika memungkinkan untuk menambah pegawai atau karyawannya dan menepati setiap posisi pada manajemen perusahaan agar memudahkan dalam meningkatkan penjualannya.

- 5.2.3** Bagi peneliti, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pelajaran tentang bagaimana analisis strategi bauran pemasaran 7P (*product, price, promotion, place, people, process, physical Evidence*) terhadap peningkatkan penjualan dan digunakan sebagai acuan atau rujukan bahan penelitian selanjutnya. Untuk peneliti selanjutnya juga diharapkan untuk meneliti lebih lanjut tentang

manajemen perusahaan pada Industri ini, dan diharapkan menggunakan data yang lebih banyak lagi dan menggunakan metode lain seperti angka atau statistik sehingga diperoleh hasil dan kesimpulan yang lebih lengkap.



## DAFTAR PUSTAKA

- A Shimp, T. (2010). *Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communication*. United States: Cengage Learning.
- Alma, B. (2006). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta. (2011). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*.
- Arifka, N. (2021). *Penerapan strategi bauran pemasaran 7P dalam meningkatkan penjualan (studi kasus pada Sambel Layah Arcawinangun)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
- Assauri, Sofjan. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Assauri, S., (2017). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Berliana, M., Siregar, N., & Gustian, H. D. (2018). *The Model of Job Satisfaction and Employee Performance. International Review of Management and Marketing*.
- Daryanto, Leo Hedi; Hasiholan, Leonardo Budi. *The Influence Of Marketing Mix On The Decision To Purchase Martabak "Setiabudi" Pak Man Semarang. Journal of Management*, 2019, 5.5.
- Faitihudin . D & Anang . F. 2019. *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta : CV Budi Utama.

Finaka, W A. (2023, 26 Juli). *Produksi Kopi Indonesia 2017-2022*. Diakses Oktober 2023. <https://indonesiabaik.id/infografis/produksi-kopi-indonesia-2017-2022>.

Helmi, L. (2022, 20, Juli). *Peluang dan Tantangan Kopi NTB, Produksi melimpah Kualitas Kalah*. <https://lombok.tribunnews.com/2022/07/20/peluang-dan-tantangan-kopi-ntb-produksi-melimpah-kualitas-masih-kalah>. Oktober 2023.

Holifatul, H. (2019). *Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P Dalam Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Kerajinan Alat Dapur Di Desa Kalibaruwetan Kecamatan Kalibaru Kabupaten*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.

Hurriyati, R. (2008). *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen*. Bandung: Alfabeta. Jeanette, O. P. (2017).

Hururiyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Jakarta: CV. Alfabeta.

Jackson Keith & Rowley. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Rajawali Pers.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas Jilid 1. Jakarta:PT Erlangga.

Kurniawan, J. (2020), *Strategi Pemasaran Tabungan Sidik Fathonah Di BMT NU Cabang Larangan*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Prodi

Perbankan Syariah. Sekolah Tinggi Institut Agama Islam Negeri (IAIN)  
Madura.

Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*  
(Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.

Mathis, Robert L dan John H. Jackson. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia:*  
Buku Dua. Salemba Empat: Jakarta.

Mentari, D. (2018). *Pemberdayaan Masyarakat Sebagai Terobosan Dalam*  
*Berwirausaha Untuk Memanfaatkan Sumber Daya Alam*. Jurnal  
Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(1), 84.  
<https://doi.org/10.12928/jp.v1i1.318>.

Mirawati, (2017). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan*  
*Volume Penjualan Motor Suzuki Satria Pada PT. SINAR GALESONG*  
*MANDIRI Makassar*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas  
Muhammadiyah Makassar.

Petri, M. M. (2020). *Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Bisnis UMKM*  
*di Tengah Pandemi Covid-19*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.  
Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Philip Kotler and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13,  
Jilid 1. Erlangga, Jakarta.

Philip Kotler dan Keller Kevin, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, diterjemahkan oleh Benyamin Molan, (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia: 2011), hlm. 181.

Rosadi Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers 2010.

Selang, C. A. (2013). *Bauran Pemasaran (marketing mix) pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada fresh mart bahu mall manado. Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Vol. 1 No. 3.*

Siagian, P Sondang. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara.

Sugiyono. 2010. *Belajar Analisis Data Sampel*. Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus )*, Yogyakarta : CAPS.

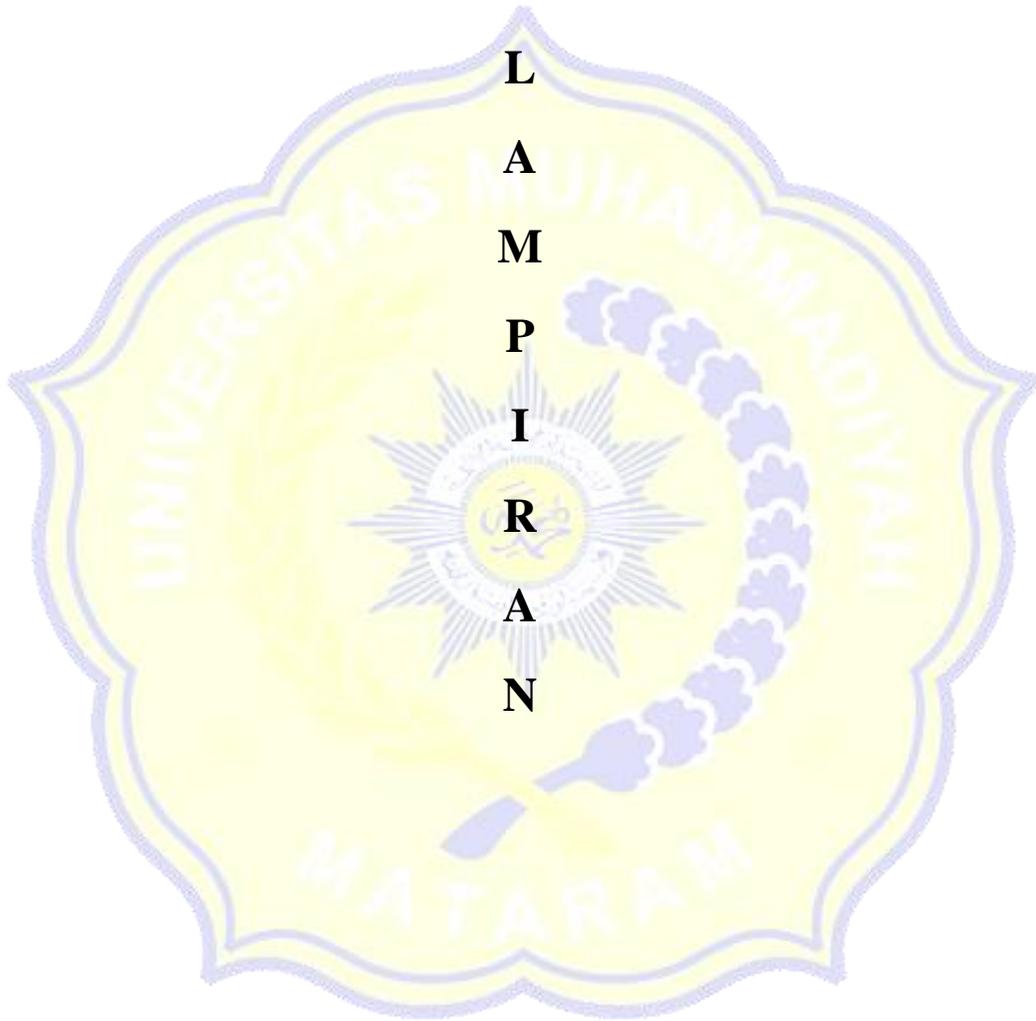
Tjiptono, Fandy., 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.

Utari, A.U. (2022). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Product, Price, Promotion, Place (4) Untuk Meningkatkan Penjualan Kripik Bebele (Studi Kasus Pada Produksi OYAKU di Narmada)*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Wibowo, Adi Lili dan Donni, Juni Priansa. 2017. *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: ALFABETA.

Wijaya, dkk. 2013. *Pengaruh Citra Merk Terhadap Loyalitas Konsumen* . Jurnal Ilmu Manajemen Vol 1.





## PEDOMAN WAWANCARA

### Daftar Pertanyaan Untuk Karyawan atau Pengelola Kopi Seelos

1. Bagaimana sejarah berdirinya industri kopi seelos?
2. Apa saja keunikan kopi seelos?
3. Apa saja jenis produk kopi yang dijual?
4. Bagaimana cara yang digunakan dalam penetapan harga?
5. Bagaimana cara yang digunakan dalam penetapan harga untuk pelanggan diluar wilayah Lombok Utara?
6. Bagaimana strategi perusahaan dalam mempromosikan produknya?
7. Bagaimana cara anda membangun kepercayaan para pelanggan agar tetap membeli atau mencari produk kopi seelos?
8. Bagaimana cara penyaluran Produk di industri ini?
9. Berapa jumlah dan Bagaimana orang-orang/karyawan pada industri Kopi Seelos ini?
10. Mengapa tidak merekrut karyawan baru?
11. Bagaimana cara Industri Kopi Seelos ini dalam membuat tempatnya nyaman bagi konsumen?
12. Bagaimana proses dari awal sampai akhirnya produk diterima oleh konsumen?

13. Mengapa *Coffe Shop* KTH (Kelompok Tani Hutan) Tunas Lestari Tidak beroperasi lagi?

14. Bagaimana cara pengelola Kopi Seelos menjalankan akun Instagram ini dalam melakukan promosi dilihat dari sinyal disini yang kurang memadainya sinyal internet dikarenakan Desa Seelos ini sangat jauh dipedalaman?

15. Bagaimana cara anda membangun hubungan sosial terhadap Masyarakat sekitar?

16. Bagaimana cara anda memperkenalkan produk kopi seelos ini secara langsung?

17. Lalu Bagaimana cara anda memberikan informasi mengenai event-event kopi seelos tersebut?

18. Menurut anda apakah dalam pemasaran langsung dengan mengikuti event-event tersebut membantu produk kopi seelos ini dapat dikenal oleh khalayak ramai?

#### **Daftar Pertanyaan Untuk Konsumen**

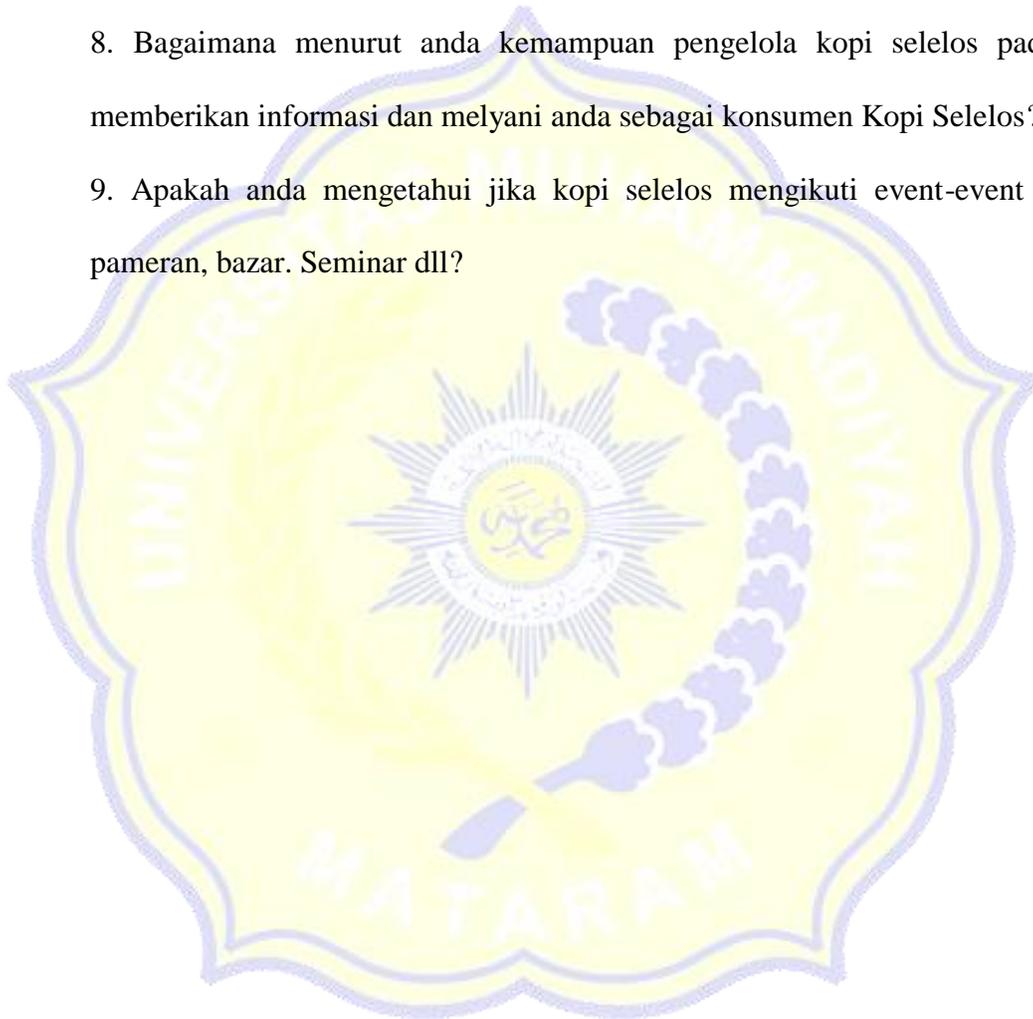
1. Apakah anda sering membeli produk kopi seelos?

2. Kenapa anda memilih untuk membeli produk kopi Seelos ini?

3. Menurut anda Bagaimana pelayanan dari pengelola atau Karyawan Kopi Seelos?

4. Apakah anda mengetahui bahwa kopi seelos ini mempunyai akun media sosial untuk melakukan promosinya?

5. Bagaimana cara anda memesan produk Kopi Seelos, apakah langsung ketempat Industrinya atau memesan dengan via telpon, SMS, Chat media sosial?
6. Biasanya anda membeli produk Kopi Seelos dengan cara Cash atau Transfer?
7. Bagaimana menurut anda lingkungan tempat industri Kopi Seelos saat ini?
8. Bagaimana menurut anda kemampuan pengelola kopi seelos pada saat memberikan informasi dan melayani anda sebagai konsumen Kopi Seelos?
9. Apakah anda mengetahui jika kopi seelos mengikuti event-event seperti pameran, bazar. Seminar dll?



**Tabel Data Olahan Jumlah Penjualan Kopi Selesai**

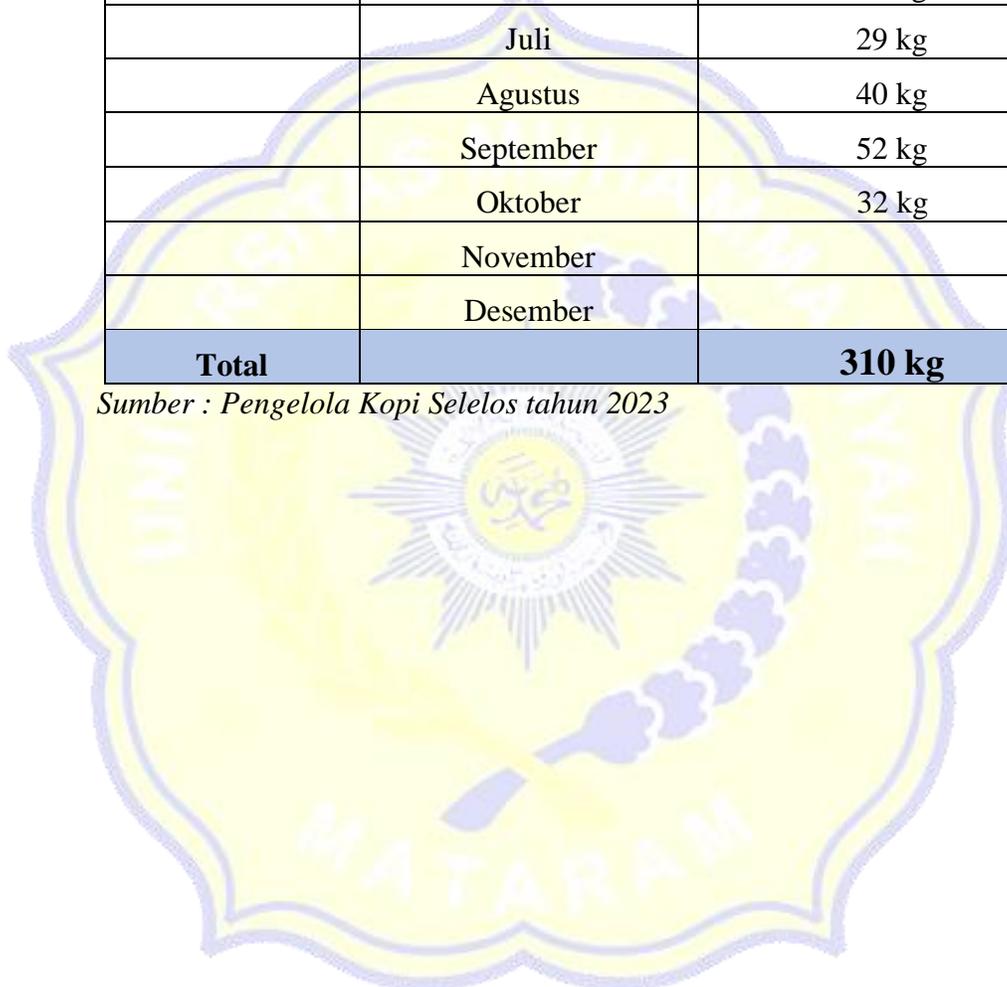
**Kelompok Tani Tunas Lestari 3 Tahun Terakhir:**

<b>Tahun</b>	<b>Bulan</b>	<b>Jumlah</b>
2021	Januari	50 kg
	Februari	42,5 kg
	Maret	13,5 kg
	April	45 kg
	Mei	39,5 kg
	Juni	26,5 kg
	Juli	27,5 kg
	Agustus	22 kg
	September	27 kg
	Oktober	33 kg
	November	26 kg
	Desember	30 kg
<b>Total</b>		<b>382,5 kg</b>

<b>Tahun</b>	<b>Bulan</b>	<b>Jumlah</b>
2022	Januari	20 kg
	Februari	17 kg
	Maret	22 kg
	April	20 kg
	Mei	28 kg
	Juni	32 kg
	Juli	52 kg
	Agustus	59 kg
	September	38 kg
	Oktober	31 kg
	November	28 kg
	Desember	31 kg
<b>Total</b>		<b>378 kg</b>

<b>Tahun</b>	<b>Bulan</b>	<b>Jumlah</b>
2023	Januari	36 kg
	Februari	38 kg
	Maret	18 kg
	April	8 kg
	Mei	21 kg
	Juni	36 kg
	Juli	29 kg
	Agustus	40 kg
	September	52 kg
	Oktober	32 kg
	November	
	Desember	
<b>Total</b>		<b>310 kg</b>

*Sumber : Pengelola Kopi Selesai tahun 2023*



### Tabel Data Olahan Jumlah Produksi Kopi

Kelompok Tani Tunas Lestari 5 tahun terakhir:

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Produksi Kopi</b>
2019	8 ton
2020	8,5 ton
2021	7,5 ton
2022	7 ton
2023	8 ton

Sumber : Pengelola Kopi Selelos tahun 2023

### Tabel Menu Dan Harga Produk Kopi Selelos

Tahun 2023

<b>Jenis Produk</b>	<b>Ukuran</b>	<b>Harga</b>
<b>Green Beans</b>	500 Gr	Rp. 25.000
	1 Kg	Rp. 50.000
<b>Roast Beans</b>	500 Gr	Rp. 55.000
	1 Kg	Rp. 105.000
<b>Kopi Bubuk</b>	100 Gr	Rp. 30.000
	150 Gr	Rp. 40.000
	500 Gr	Rp. 70.000
	1 Kg	Rp. 135.000

Sumber. Pengelola Kopi Selelos

## LAMPIRAN DOKUMENTASI



Wawancara bersama Mas Banu Hadrian dan Bapak Sawidi selaku Pengelola Kopi Seelos dan Ketua KTH (Kelompok Tani Hutan) Tunas Lestari.

DAFTAR HADIR KTH TUNAS LESTARI  
30-12-2019

NO	NAMA	JAWABAN	PANG.
1	SARIBI	RT Tunas Lestari	CP
2	SARI	Bu Balan	
3	DIPU SOGIANTO	Submantri	
4	Hadji Sunardi	Anggota	
5	Sekeloa		
6	A. BANU		
7	BANU		
8	BANU		
9	Sawidi		
10	P.R		
11	ISA AT		
12	ISA AT		
13	Kita R		
14	Kita R		
15	Pisak		
16	Dani Wahyuni		
17	Nanti		
18	Lantel		
19	Sunarto		
20	Mutiara		
21	BANU & TRIP		
22	K. SENOBA		

Daftar Hadir Anggota KTH (Kelompok Tani Hutan) Tunas Lestari

Sumber. Dokumentasi Pribadi



**Dokumentasi wawancara bersama Mas Banu Hadrian Selaku Pengelola Kopi Seelos**



**Struktur Organisasi KTH (Kelompok Tani Hutan) Tunas Lestari**



**Salah satu perkebunan kopi dari anggota Harga Jual Produk dan Jasa Kelompok Tani Tunas Lestari**

*Sumber. Dokumentasi Pribadi*



**Rumah Produksi Kopi Selelos**



**Rumah Pengering Kopi Selelos**



**Gudang Penyimpanan**



**Produk Kopi dari Produksi Kopi Selelos**

*Sumber. Dokumentasi Pribadi*

## Dokumentasi Alat dan Mesin produksi Kopi Selesai

### 1. Mesin Roster



Mesin Roster adalah mesin yang digunakan untuk membantu memasak biji kopi secara terukur dan terkendali.

### 2. Mesin Penggiling



Mesin penggiling adalah mesin yang digunakan untuk menggiling biji kopi yang telah disangrai menjadi berbentuk bubuk.

### 3. Mesin Huller



Mesin Huller Kopi adalah mesin yang digunakan untuk mengupas kopi yang sudah dikeringkan sekaligus memisahkan antara biji kopi bersih dengan kulit tanduknya.

### 4. Sealer



Mesin Sealer merupakan mesin yang digunakan untuk membantu dalam proses pengemasan suatu produk yang memiliki bungkus dari bahan plastik.

## 5. Timbangan



Timbangan adalah alat yang digunakan untuk mengukur berat dari kopi yang akan dikemas.

*Sumber. Dokumentasi Pribadi*



## Mitra Kopi Seelos



**Toko Oleh Oleh Lotara**



**Toko Pujangga**

*Sumber. Dokumentasi Pribadi*

## Seminar dan Pameran Produk Kopi Seelos



*Pameran Forest Investment di Jakarta Juli 2022*

*Sumber. Akun Instagram @Kopi\_Seelos*



### **Profile Akun Instagram Kopi Seelos**

*Sumber. Akun Intagram @kopi\_selelos*



**Dokumentasi Bersama owner Coffe Shop Anginalus Pelanggan dari  
Kopi Seelos yang berlokasi di Tanjung**

*Sumber. Akun Intagram @kopi\_selelos*



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram  
Website: fisipol.ummat.ac.i

**BERITA - ACARA**

Pada hari ini Kamis Tanggal 11 Bulan Januari Tahun 2024 pukul 10.30 Wita telah diselenggarakan Sidang Skripsi bertempat di Ruang Sidang Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram dan dinyatakan LULUS / ~~TIDAK LULUS~~ dengan predikat CUKUP / ~~MEMUASKAN / SANGAT MEMUASKAN / CUM LAUDE~~, Mahasiswa :

Nama : Putri Merdikna Raturain  
NIM : 2020B1C010  
Jurusan : Administrasi  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Konsentrasi : ENTREPRENEUR  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram  
Judul Skripsi : "Analisis Strategi Bauran Pemasaran 7P (Products, Price, Place, Promotions, People, Process, Physical Evidence) terhadap Peningkatan Penjualan Kopi Seelos (Studi Kasus pada Produksi Kopi Seelos di Seelos)".

Rekap Nilai dari masing-masing Team Penguji sebagai berikut :

No	Nama Team Penguji Skripsi	Jabatan	IP Yang Diberikan
1	Selva, M.Sc. NIDN. 0811118601	PU	3,77
2	Sulhan Hadi, SE.,MM NIDN. 0813038202	PP	3,9
3	Lalu Hendra Maniza, S.Sos., M.M NIDN. 0828108404	PN	3,91
TOTAL			

Jumlah IP 11,5 = 3,85  
AI IP -----  
Jumlah Penguji 3

Mataram, 11 Januari 2024

**TIM PENGUJI SKRIPSI**

Penguji Utama,	Penguji Pendamping,	Penguji Netral,
 Selva, M.Sc. NIDN. 0811118601	 Sulhan Hadi, SE.,MM NIDN. 0813038202	 Lalu Hendra Maniza, S.Sos., M.M NIDN. 0828108404



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram  
Website: fisipol.ummat.ac.i

**BERITA - ACARA**

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : Putri Merdikna Raturain  
NIM : 2020B1C010  
Jurusan : Administrasi  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Konsentrasi : ENTREPRENEUR  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram  
Judul Skripsi : "Analisis Strategi Bauran Pemasaran 7P (Products, Price, Place, Promotions, People, Process, Physical Evidence) terhadap Peningkatan Penjualan Kopi Seelos (Studi Kasus pada Produksi Kopi Seelos di Seelos)".

**KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DIUJI**

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistimatika	2	4	8	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3.8	7.6	
3	Wawasan Pengetahuan	2	4	8	
4	Metodologi	3	3.9	11.7	
5	Penyajian Data	3	3.8	11.4	
6	Analisa Data	4	3.8	15.5	
7	Kesimpulan	2	3.9	7.8	
8	Konsistensi Bahasan	3	3.9	11.7	
9	Bahasa	2	4	8	
10	Sikap	2	4	8	
<b>Jumlah</b>		25		92.7	

TOTAL BN  
IP  $\frac{92.7}{25} = 3.71$   
TOTAL B 25

Mataram, 11 Januari 2024

Penguji Netral,

**Lalu Hendra Maniza, S.Sos., M.M**

NIDN. 0828108404



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram  
Website: fisipol.ummat.ac.i

**BERITA - ACARA**

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : **Putri Merdikna Raturain**  
NIM : 2020B1C010  
Jurusan : Administrasi  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Konsentrasi : ENTREPRENEUR  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram  
Judul Skripsi : *"Analisis Strategi Bauran Pemasaran 7P (Products, Price, Place, Promotions, People, Process, Physical Evidence) terhadap Peningkatan Penjualan Kopi Seelos (Studi Kasus pada Produksi Kopi Seelos di Seelos)"*.

**KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DIUJI**

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistimatika	2	3,6	7,2	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3,8	7,6	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3,8	7,6	
4	Metodologi	3	3,6	10,8	
5	Penyajian Data	3	3,6	10,8	
6	Analisa Data	4	3,7	14,8	
7	Kesimpulan	2	3,6	7,2	
8	Konsistensi Bahasan	3	3,8	11,4	
9	Bahasa	2	4	8	
10	Sikap	2	4	8	
<b>Jumlah</b>		25		93,4P	

TOTAL BN 3,76  
IP -----

Mataram, 11 Januari 2024  
Penguji Utama,

**Selva, M.Sc.**  
NIDN. 0811118601



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram  
Website: fisipol.ummat.ac.i

**BERITA - ACARA**

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

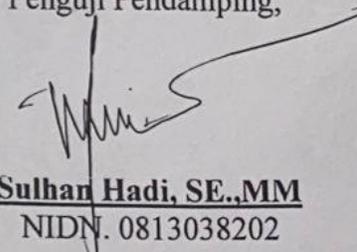
Nama : Putri Merdikna Raturain  
NIM : 2020B1C010  
Jurusan : Administrasi  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Konsentrasi : ENTREPRENEUR  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram  
Judul Skripsi : "Analisis Strategi Bauran Pemasaran 7P (Products, Price, Place, Promotions, People, Process, Physical Evidence) terhadap Peningkatan Penjualan Kopi Seelos (Studi Kasus pada Produksi Kopi Seelos di Seelos)".

**KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DIUJI**

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	3,8	7,6	
2	Latar Belakang / Alasan	2	A	8	
3	Wawasan Pengetahuan	2	A	8	
4	Metodologi	3	3,8	11,4	
5	Penyajian Data	3	3,8	11,4	
6	Analisa Data	4	A	16	
7	Kesimpulan	2	A	8	
8	Konsistensi Bahasan	3	A	12	
9	Bahasa	2	A	8	
10	Sikap	2	A	8	
<b>Jumlah</b>		25		98,4	

TOTAL BN 98,4 = 39  
IP -----  
TOTAL B 25

Mataram, 11 Januari 2024  
Penguji Pendamping,

  
**Sulhan Hadi, SE.,MM**  
NIDN. 0813038202