

**ANALISIS MODEL 4P TERHADAP
PERTUMBUHAN PEMASARAN
Studi Kasus : Klaster Makanan Slondok Dan Puyur Di Desa
Sumurarum Kecamatan Grabag Kabupaten Magelang**

**NAMA : NOVA DWI PRASETYO
NIM : L2H 606 053**

Abstrak

Masyarakat Kabupaten Magelang melihat industri makanan sebagai potensi pengembangan ekonomi yang tinggi untuk kesejahteraannya, khususnya untuk pengusaha kecil dan menengah. Para pengrajin klaster industri makanan slondok dan puyur di Desa Sumurarum Kecamatan Grabag mempunyai misi yaitu memperluas daerah dalam pemasaran produk yang sekarang ini masih berada di Jawa, Sumatera namun mereka tidak mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhinya.

Penelitian ini menggunakan model 4P (produk, promosi, saluran distribusi, dan harga) untuk melihat apakah faktor-faktor tersebut berpengaruh terhadap pertumbuhan pemasaran dan memberikan rekomendasi pada klaster industri makanan slondok dan puyur di Kabupaten Magelang . Metode yang digunakan adalah Partial Least Square (PLS) dengan software SmartPLS.

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan pemasaran memiliki nilai R-square sebesar 0,4237 yang berarti model 4P ini memiliki pengaruh sebesar 42,37% terhadap pertumbuhan pemasaran dan sisanya ada faktor-faktor lain diluar variabel yang di teliti sebesar 57,37%.

Kata kunci : Klaster, Model 4P (produk, promosi, saluran distribusi, dan harga), PLS, Pertumbuhan Pemasaran.

Abstract

People of Magelang regency see the food industry as a high economic development potential for their welfare, especially for small and medium entrepreneurs. The craftsmen of the slondok and puyur food industry cluster in the Sumururum Village of Grabag Sub-District has a mission to expanding marketing area of the their products that currently still in Java, Sumatra, but they do not know what factors that influence it.

This research used the 4P model (product, promotion, distribution channels, and price) to see whether these factors affect the growth of marketing and give recommendations on the puyur and slondok food industry clusters in Magelang Regency. The method used is Partial Least Square (PLS) with SmartPLS software.

Data processing results showed that the growth of marketing variables have a R-square value of 0.4237, which means that the 4P model has 42.37% effect toward the growth of marketing and the rest means there are factors other than the variable that is examined by 57.37%.

Key words: *Cluster, Model 4P (product, promotion, distribution channels, and price), PLS, Marketing Growth.*