

**PENGARUH *SPONSORSHIP*, *EVENT* LOKAL,
KEGIATAN EDUKASI DAN PENAWARAN TERHADAP
PENINGKATAN PENJUALAN SARI ROTI
DI KOTA BENGKULU**



SKRIPSI

Diajukan oleh:

**HAMDANI
NPM. 2161201107**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
2025**

**PENGARUH *SPONSORSHIP*, *EVENT* LOKAL,
KEGIATAN EDUKASI DAN PENAWARAN TERHADAP
PENINGKATAN PENJUALAN SARI ROTI
DI KOTA BENGKULU**



SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyarat Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Diajukan oleh:

HAMDANI
NPM. 2161201107

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *SPONSORSHIP*, *EVENT* LOKAL,
KEGIATAN EDUKASI DAN PENAWARAN TERHADAP
PENINGKATAN PENJUALAN SARI ROTI
DI KOTA BENGKULU**



Diajukan oleh:

HAMDANI

NPM. 2161201107

Disetujui oleh:

Pembimbing

Dr. Adi Sismanto, S.E., M.M

NIDN : 0208047301

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Furgonti Rahidia, S.E., N.M

NIDN : 0208047301

PENGESAHAN PENGUJI SKRIPSI

**PENGARUH *SPONSORSHIP*, *EVENT* LOKAL,
KEGIATAN EDUKASI DAN PENAWARAN TERHADAP
PENINGKATAN PENJUALAN SARI ROTI
DI KOTA BENGKULU**

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Bengkulu
Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Hari : Selasa
Tanggal : 5 Agustus 2025

SKRIPSI

Oleh:

HAMDANI
NPM. 2161201107

Dewan Penguji :

1. Eti Arini, S.E., M.M

Ketua

2. Andi Azhar, SIP., MBA., Ph.D

Anggota

3. Dr. Adi Sismanto, S.E., M.M

Anggota

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Furgonti Ranidiah, S.E., M.M

NIDN: 0208047301



SERTIFIKASI

Saya Darti menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah karya saya sendiri dan atas bimbingan Dosen Pembimbing. Karya ini belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis atau pada Program Studi lainnya. Karena karya ini milik saya, maka segala sesuatu yang berhubungan dengan skripsi ini menjadi tanggung jawab saya.

Bengkulu, 5 Agustus 2025



HAMDANI

NPM. 2161201107

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

"Berusaha untuk menjadi yang terbaik adalah jalan menuju kesuksesan, dan itu membutuhkan pengorbanan"

PERSEMBAHAN

Puji syukur hamba panjatkan kepada-Mu Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat yang tak terhingga kepada hamba, keberhasilan ini hanya dengan izinmu, semoga hamba bisa menjadi orang yang senantiasa bersyukur kepadamu, Sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada panutan kita nabi Muhammad SAW.

Syukur Alhamdulillah kupersembahkan Kepada :

- Untuk kedua orang tuaku, terimakasih banyak atas doa dan dukungannya.
- Untuk dosen pembimbing, terimakasih banyak karena telah menjadi pembimbing yang terbaik.
- Untuk semua keluarga besarku terima kasih telah memberikan do'a serta dukungan yang tak henti-hentinya.
- Alamamaterku tercinta.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Puji syukur kepada Allah SWT berkat rahmat, hidayah, dan Karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh *Sponsorship*, *Event* Lokal, Kegiatan Edukasi Dan Penawaran Terhadap Peningkatan Penjualan Sari Roti Di Kota Bengkulu".

Penyusunan proposal penelitian ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan pada Universitas Muhammadiyah Bengkulu Progran Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Penulisan dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan dari banyak pihak. Untuk itu, Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Susiyanto, M.Si Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
2. Ibu Furqonti Ranidiah S.E., M.M Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
3. Ibu Ade Tiara Yulinda, S.E., MM. Ketua Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
4. Bapak Dr. Adi Sismanto, SE.,M.M selaku pembimbing dalam penulisan skripsi ini.
5. Orang tua yang selalu mendukung dan memberikan semangat untuk menyelesaikan proposal skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
7. Sahabat dan rekan sesama mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu. yang ikut memberikan semangat dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang terkait yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis baik yang langsung dan tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kami menyadari proposal skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikan sehingga akhirnya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua amin.

Wa'alaikumsalam Wr. Wb

Bengkulu, 5 Agustus 2025

Penulis

ABSTRAK

Darti, 2025 : "Pengaruh *Sponsorship*, *Event* Lokal, Kegiatan Edukasi Dan Penawaran Terhadap Peningkatan Penjualan Sari Roti Di Kota Bengkulu".

Pembimbing : **Dr. Adi Sismanto, SE., M.M**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *sponsorship*, *event* lokal, kegiatan edukasi dan penawaran terhadap peningkatan penjualan Sari Roti di Kota Bengkulu, baik secara parsial maupun simultan. Ada beberapa faktor yang akan dibahas dalam penelitian ini, diantaranya *sponsorship*, *event* lokal, kegiatan edukasi dan penawaran terhadap peningkatan penjualan Sari Roti di Kota Bengkulu yang berjumlah 170 orang responden. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan kuisioner.

Ada beberapa teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, menggunakan uji instrument yakni Uji validitas, Uji reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, koefisien determinasi, dan juga uji hipotesis. Dari hasil uji regresi linier berganda didapat persamaan regresinya yaitu sebagai berikut: $Y = 0,105 + 0,016(X_1) + 0,085(X_2) + 0,447(X_3) + 0,454(X_4) + 0,174$. Sementara hasil pengujian dengan uji hipotesis yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel *Sponsorship* (X_1) diperoleh t_{hitung} sebesar 1.676 (lebih tinggi dari nilai t_{tabel} , atau $t_{hitung} > 1,654$ (lihat distribusi pada tabel t), dan tingkat signifikansi 0,096 (signifikan > 0.05), *Event* Lokal (X_2) diperoleh t_{hitung} sebesar 2.660 (lebih tinggi dari nilai t_{tabel} , atau $t_{hitung} > 1,654$ (lihat distribusi pada tabel t), dan tingkat peningkatan penjualan (Y) Produk Sari Roti di Kota Bengkulu signifikansi 0,009 (signifikan < 0.05), Kegiatan Edukasi (X_3) diperoleh t_{hitung} sebesar 11.481 (lebih tinggi dari nilai t_{tabel} , atau $t_{hitung} > 1,654$ (lihat distribusi pada tabel t), dan tingkat signifikansi 0,0009 (signifikan < 0.05), Penawaran (X_4) diperoleh t_{hitung} sebesar 9.879 (lebih tinggi dari nilai t_{tabel} , atau $t_{hitung} > 1,654$ (lihat distribusi pada tabel t), dan tingkat signifikansi 0,000 (signifikan < 0.05). Hasil dari uji uji F, diperoleh ($F_{hitung} > F_{tabel}$) yaitu ($17.778 > 2,42$) dan ($sig < \alpha = 0,000 < 0.05$), maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima, artinya secara simultan variabel *Sponsorship* (X_1), *Event* Lokal (X_2), dan Kegiatan Edukasi (X_3), Penawaran (X_4) berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan (Y) Sari Roti di Kota Bengkulu.

Kata Kunci : ***Sponsorship*, *Event* Lokal, Kegiatan Edukasi, Penawaran Peningkatan Penjualan**

ABSTRACT

Hamdani 2025 : "The Influence of Sponsorship, Local Events, Educational Activities and Offers on Increasing Sari Roti Sales in Bengkulu City"

Pembimbing : **Dr. Adi Sismanto, SE., M.M**

This study aims to determine the influence of sponsorship, local events, educational activities, and offers on the increase in Sari Roti sales in Bengkulu City, both partially and simultaneously. Several factors will be discussed in this study, including sponsorship, local events, educational activities, and offers related to the increase in Sari Roti sales in Bengkulu City, with 170 respondents. In this research, the author uses data collection methods through observation, interviews, and questionnaires.

Several data analysis techniques are used in this study, including instrument tests such as validity test, reliability test, classical assumption test, coefficient of determination, and hypothesis testing. From the results of the multiple linear regression test, the regression equation obtained is as follows: $Y = 0.105 + 0.016 (X1) + 0.085 (X2) + 0.447 (X3) + 0.454 (X4) + 0.174$. Meanwhile, the hypothesis testing results show that the Sponsorship variable (X1) has a t-value of 1.676 (higher than the t-table value, or t-value > 1.654, as seen in the t-distribution table), with a significance level of 0.096 (significant > 0.05). The Local Event variable (X2) has a t-value of 2.660 (higher than the t-table value, or t-value > 1.654, as seen in the t-distribution table), with a significance level of 0.009 (significant < 0.05), and the Educational Activities variable (X3) has a t-value of 11.481 (higher than the t-table value, or t-value > 1.654, as seen in the t-distribution table), with a significance level of 0.0009 (significant < 0.05). The Offer variable (X4) has a t-value of 9.879 (higher than the t-table value, or t-value > 1.654, as seen in the t-distribution table), with a significance level of 0.000 (significant < 0.05). The F-test results show that (F-value > F-table), which is (17.778 > 2.42), and the significance level (sig < α = 0.000 < 0.05), so it can be concluded that H4 is accepted. This means that, simultaneously, the variables Sponsorship (X1), Local Events (X2), Educational Activities (X3), and Offers (X4) significantly influence the increase in Sari Roti sales (Y) in Bengkulu City.

Keywords: *Sponsorship, Local Events, Educational Activities, Offers, Sales Increase..*

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SERTIFIKASI	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
 BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
 BAB II. STUDI PUSTAKA	
2.1 Deskripsi Konseptual	10
2.1.1 Peningkatan Penjualan	10
2.1.1.1 Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Penjualan	11
2.1.1.2 Indikator Peningkatan Penjualan	12
2.1.2 <i>Sponsorship</i>	13
2.1.2.1 Kegiatan <i>Sponsorship</i>	13
2.1.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi <i>Sponsorship</i>	15
2.1.2.3 Indikator <i>sponsorship</i>	15
2.1.3 <i>Event</i> Lokal	18
2.1.3.1 Ciri-Ciri <i>Event</i> Lokal	19

2.1.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi <i>Event</i> Lokal	20
2.1.3.3 Indikator <i>Event</i> Lokal	20
2.1.3.4 Indikator <i>Event</i> Lokal	21
2.1.4 Kegiatan Edukasi	22
2.1.4.1 Faktor Yang Mempengaruhi Kegiatan Edukasi ..	22
2.1.4.2 Indikator Kegiatan Edukasi	23
2.1.4.3 Indikator Kegiatan Edukasi	23
2.1.5 Penawaran	24
2.1.5.1 Ciri-Ciri Penawaran.....	25
2.1.5.2 Faktor Yang Mempengaruhi Penawaran	25
2.1.5.3 Indikator Penawaran	26
2.1.5.4 Indikator Penawaran	26
2.2 Pengaruh Antar Variabel	28
2.3 Hasil Penelitian Yang Relevan	31
2.4 Kerangka Konseptual	34
2.5 Definisi Operasional	35
2.6 Hipotesis	37

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Tempat Dan Waktu penelitian	39
3.2 Metode Penelitian	39
3.3 Populasi dan Sampel	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data	41
3.5 Uji Instrumen	42
3.6 Uji Asumsi Klasik	45
3.7 Teknik Analisis Data	47
3.8 Uji Hipotesis	50

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil	51
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan Sari Roti Bengkulu.....	51
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan Sari Roti Bengkulu.....	54
4.1.3 Deskripsi Karakteristik Responden	61

4.1.4 Uji Instrumen	62
4.1.5 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	65
4.1.6 Hasil Uji Asumsi Klasik	75
4.1.7 Hasil Uji Analisis Data	80
4.2 Pembahasan	89
4.2.1 Pengaruh <i>Sponsorship</i> (X_1) terhadap Peningkatan Penjualan (Y)	90
4.2.2 Pengaruh <i>Event</i> Lokal (X_2) Terhadap Peningkatan Penjualan (Y)	90
4.2.3 Pengaruh Kegiatan Edukasi (X_3) Terhadap Peningkatan Penjualan Kegiatan (Y)	91
4.2.4 Pengaruh Penawaran (X_4) Terhadap Peningkatan Penjualan (Y)	92
4.2.5 Pengaruh <i>Sponsorship</i> (X_1), <i>Event</i> Lokal (X_2), Kegiatan Edukasi (X_3), Penawaran (X_4) terhadap Peningkatan Penjualan (Y)	93
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Hasil Penelitian Yang Relevan	31
2.2 Defenisi Operasional	35
3.1 Skala <i>Likert</i>	42
3.2 Hasil Pengujian Validitas	45
3.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel	48
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlangganan	62
4.4 Hasil Uji Validitas	63
4.5 Hasil Uji Realibilitas	65
4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Sponsorship</i> (X_1)	66
4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Event</i> Lokal (X_2)	68
4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kegiatan Edukasi (X_3)	70
4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penawaran (X_4)	72
4.10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Eklusif Produk (Y)	74
4.11 Hasil Uji Normalitas	77
4.12 Hasil Uji Mulikolinierita	79
4.13 Hasil Uji Autokolerasi	80
4.14 Hasil Uji <i>Descriptive Statistics</i>	81
4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	82
4.16 Nilai Koefisien Determinasi	85
4.17 Hasil Pengujian Hipotesis Uji t	86
4.18 Pengujian Uji F (Uji Secara Simultan)	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.3 Kerangka Konseptual	34
4.1 Logo Sari Roti	55
4.2 Struktur Organisasi	56
4.3 Gambar Grafik Heteroskedastisitas	77

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keputusan Judul Skripsi
2. Surat Permohonan Izin Penelitian
3. Surat Balasan Izin Penelitian
4. Surat Keterangan Bebas Plagiarisme
5. Surat Keterangan Bebas Pustaka
6. Kuesioner Penelitian
7. Tabulasi Data Variabel Penelitian
8. Tabulasi Data Variabel Sampel Khusus
9. Corelatiions Validity Variabel X_1 (*Output SPSS for Windows*)
10. Corelatiions Validity Variabel X_2 (*Output SPSS for Windows*)
11. Corelatiions Validity Variabel X_3 (*Output SPSS for Windows*)
12. Corelatiions Validity Variabel X_4 (*Output SPSS for Windows*)
13. Corelatiions Validity Variabel Y (*Output SPSS for Windows*)
14. Corelatiions Validity Sampel Khusus Variabel X_1 (*Output SPSS for Windows*)
15. Corelatiions Validity Sampel Khusus Variabel X_2 (*Output SPSS for Windows*)
16. Corelatiions Validity Sampel Khusus Variabel X_3 (*Output SPSS for Windows*)
17. Corelatiions Validity Sampel Khusus Variabel X_4 (*Output SPSS for Windows*)
18. Corelatiions Validity Sampel Khusus Variabel Y (*Output SPSS for Windows*)
19. Regression (*Output SPSS for Windows*)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era persaingan global saat ini menuntut perusahaan untuk bersaing dalam memasarkan dan menjual produknya. Pelaku usaha harus menggunakan strategi yang tepat untuk mempertahankan produknya agar tetap dibeli oleh konsumen. Oleh karena itu, hal penting yang harus dilakukan dan diperhatikan oleh setiap bisnis adalah menciptakan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.

Seiring dengan banyaknya jenis-jenis roti yang bermunculan sekarang, yang salah satunya yaitu roti. Perusahaan dituntut agar membuat produk roti yang dapat memenuhi keinginan masyarakat. Karena kita tahu bahwa roti merupakan makanan dapat dikonsumsi kapan saja (pagi, siang, maupun malam), dan juga dapat dikonsumsi oleh banyak kalangan, termasuk mahasiswa. Dengan kemasan yang praktis, dan tahan lama, sering kali masyarakat termasuk mahasiswa memilih roti sebagai bekal untuk kegiatannya dari pada nasi. Selain itu gaya hidup sekarang ini sudah berubah, dari konsumsi nasi menjadi mengonsumsi roti dimana aktivitas masyarakat pun semakin sibuk dan tidak sempat untuk sarapan sebelum melakukan aktivitasnya sehari-hari. Salah satu jenis roti tawar yang sudah dikenal oleh kalangan masyarakat adalah Sari Roti.

Ketersediaan Sari Roti di minimarket dan warung kecil sekitar lingkungan kampus mengarahkan akses mahasiswa terhadap produk tersebut menjadi lebih mudah. Akibat terlalu dominan dan sering dilihat, Sari Roti sudah mampu mendapatkan posisi yang kuat di ingatan mahasiswa maupun masyarakat daripada

roti merek lainnya. Oleh sebab itu, Sari Roti berusaha untuk mempertahankan kualitas yang sudah tertanam dibenak para konsumennya, bahkan dalam berbagai macam kegiatan, baik pemerintah, swasta maupun pihak kampus dan lain sebagainya, mereka bekerjasama dengan perusahaan sari roti sebagai *sponsorship* acara.

Peningkatan penjualan adalah proses strategis untuk menambah volume penjualan melalui perbaikan produk, strategi promosi, penyesuaian harga, dan distribusi yang lebih luas Kotler dan Keller (2016:23).. Untuk itu, produk yang ditawarkan oleh perusahaan Sari Roti di Kota Bengkulu merupakan strategi penting yang memadukan teori psikologi konsumen, nilai merek, kelangkaan, dan diferensiasi/ perbedaan. Maka, perusahaan Sari Roti di Kota Bengkulu harus memberikan pemahaman tentang peningkatan penjualan yang ditawarkan, dan harus melihat status sosial di masyarakat.

Peningkatan penjualan produk pada sari roti yang ditawarkan, memiliki berbagai macam bentuk variannya, seperti Sari Roti Dorayaki Choco Peanut, Sari Roti Lapis Surabaya Premium Original, Sari Kue Internasional *Cake Brownies* dan lain sebagainya. Dari jenis roti yang ditawarkan, tentunya memiliki harga yang bervariasi, mulai dari harga Rp. 5.000 menengah hingga harga eksklusif Rp. 16.500. Namun, menurut Kotler & Keller, (2020:12) dalam menentukan eksklusif produk perlu diperhatikan keterbatasan ketersediaan, dimana jumlah unit produk yang tersedia di pasar dibuat terbatas guna untuk menciptakan persepsi eksklusivitas. Desain unik, dimana fitur atau elemen desain yang tidak mudah ditiru sehingga menjadi kunci eksklusivitas. Harga premium, dimana harga tinggi mencerminkan eksklusivitas dan menciptakan persepsi kualitas tinggi di kalangan konsumen.

Akses terbatas, dimana eksklusivitas sering ditentukan oleh akses yang terbatas. *Brand Prestige* atau merek, dimana tingkat prestise yang diasosiasikan dengan merek, termasuk sejarah merek, reputasi, dan asosiasi konsumen terhadap status sosial.

Untuk itu, Peningkatan penjualan merupakan strategi penting yang memadukan teori psikologi konsumen, nilai merek, kelangkaan, dan diferensiasi. Namun, dalam mempersepsikan bahan yang berbentuk peningkatan penjualan, masih banyak kendala, dimana kemampuan daya beli masyarakat terhadap produk sari roti dianggap terlalu mahal, apalagi eksklusif produk yang dipasarkan, hanyalah di tempat indomaret dan minimarket. Untuk itu, perusahaan harus memberikan pemahaman tentang eksklusif produk lebih jauh lagi terhadap masyarakat.

Sponsorship merupakan strategi promosi yang seringkali digunakan pada masa sekarang ini. Menurut Belch & Belch, (2021:73) bahwa *sponsorship* adalah kerjasama antara perusahaan dengan suatu peristiwa khusus, di mana perusahaan menampilkan atributnya dan menyampaikan pesan iklan sebagai dukungan finansial. *Sponsorship* adalah alat promosi bagi perusahaan untuk menjalin hubungan kerja sama di mana pihak perusahaan mensponsori suatu acara seperti acara pelatihan, olahraga, hiburan music dan lain sebagainya. Adapun tujuan dari *sponsorship* untuk memberikan informasi dan lebih mengenal perusahaan dan produk-produk perusahaan. Salah satu perusahaan yang menggunakan kegiatan *sponsorship* yaitu acara Astra Honda Motor. Acara yang dilakukan Astra Honda Motor salah satu dimensi dari pemasaran. Acara tersebut merupakan suatu acara lokal atau *event* lokal.

Event adalah kegiatan yang diorganisir secara terencana dan terarah dengan melibatkan berbagai elemen seperti manusia, waktu, tempat, dan fasilitas,

memiliki tujuan tertentu, serta bertujuan untuk memberikan pengalaman dan membangun hubungan antara penyelenggara dan peserta, Indriyati dan Hasanudin (2021:4). Maka, *event* merupakan kegiatan yang terencana dan diorganisir dengan baik untuk merayakan dan berbagi pengalaman serta mencapai tujuan tertentu yang diinginkan oleh pihak pengada acara. Sedangkan lokal secara umum, mengacu pada sesuatu yang terikat dengan wilayah geografis tertentu, budaya masyarakat, atau komunitas spesifik yang berada di area tersebut. Menurut Richards (2020) lokal adalah cerminan identitas dan budaya masyarakat tertentu.

Event lokal yang dilakukan oleh perusahaan Sari Roti di Kota Bengkulu merujuk pada kegiatan atau acara yang diselenggarakan dalam skala terbatas, biasanya melibatkan komunitas, daerah, atau kelompok masyarakat tertentu. Menurut Walters & Raj (2020) *Event* lokal harus dirancang secara strategis untuk memenuhi kebutuhan komunitas dan mendukung promosi budaya serta ekonomi lokal. Dengan demikian, *event* lokal adalah aktivitas berbasis komunitas yang didesain untuk mendorong pelestarian budaya lokal, menggerakkan ekonomi mikro, dan meningkatkan kesejahteraan sosial. Namun, dalam pelaksanaan *event* lokal ini, tidak pernah dilakukan oleh perusahaan, padahal banyak sekali kegiatan masyarakat dalam melakukan kegiatan, seperti hari kemerdekaan Indonesia (17 Agustus), bazar dan lain sebagainya. Untuk itu, diharapkan bagi pihak perusahaan sari roti, peka terhadap hal itu, dan mau mensponsori kegiatan event lokal tersebut kedepannya.

Selain itu, kegiatan edukasi adalah aktivitas yang bertujuan meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap individu atau kelompok melalui proses pembelajaran yang terstruktur. Dalam Kamus Bahasa Indonesia (2017:7) bahwa Kegiatan adalah aktivitas, usaha, atau pekerjaan suatu peristiwa atau kejadian

yang pada umumnya tidak dilakukan secara terus menerus. Menurut Rahayu (2019:7) Kegiatan adalah suatu kegiatan yang dilaksanakan seseorang untuk memenuhi suatu kebutuhan. Menurut Siemens (2005) menyoroti pentingnya jaringan digital dalam pembelajaran. Dalam kegiatan edukasi yang dilakukan oleh perusahaan sari roti kota Bengkulu merupakan hal ini tercermin dalam diskusi kelompok, proyek kolaboratif, dan pembelajaran berbasis komunitas. Sebab, kegiatan edukasi adalah proses yang dirancang untuk mencapai tujuan pembelajaran tertentu dengan tahapan-tahapan, seperti perhatian, pemberian informasi dan latihan. Namun, kegiatan tersebut belum pernah dilakukan oleh perusahaan sari roti, sehingga masyarakat belum mengenal secara jauh tentang produk tersebut..

Penawaran yang merupakan kuantitas yang ditawarkan dari setiap barang atau jasa yang akan dan mampu dijual oleh penjual, Mankiw (2018:22). Penawaran memiliki bentuk hubungan yang positif antara harga dengan jumlah barang yang ditawarkan, sehingga perusahaan Sari Roti Kota Bengkulu, perlu adanya strategi lain dalam menawarkan produk, seperti dengan cara menggunakan teknologi yang menurunkan biaya produksi efisien, sebagai indikator dalam penawaran produk yang eksklusif. Namun, dalam hal penawaran, perusahaan Sari Roti Kota Bengkulu terkadang mendapat kendala ketika menawarkan produknya ke warung kecil. Hal ini dikarenakan banyaknya jenis produk roti yang masuk dengan harga bervariasi. Untuk itu, perusahaan Sari Roti Kota Bengkulu tetap bertahan dengan menawarkan produk yang tinggi sesuai dengan kuantitas yang dimiliki selama ini.

Dari hasil observasi awal yang dilakukan peneliti terhadap bapak Suhendro Eko Setiawan selaku Area Sales Supervisor pada tanggal 20 November 2024, bahwa perusahaan produk sari roti tidak pernah melakukan *sponsorship* pada

event lokal di Kota Bengkulu. Perusahaan hanya menawarkan berbagai macam produk-produk dari sari roti ke setiap minimarket, seperti Indomaret, Alfamart dan warung-warung besar saja. Selanjutnya wawancara dengan pelanggan sari roti ibu Nia, ibu Pia dan bapak Eduar Nadya pada tanggal 24 November 2024 mengatakan bahwa setiap saya berbelanja roti di Indomaret, Alfamart dan warung besar, sudah tersedia produk sari roti dengan berbagai macam variannya.

Dari penjelasan di atas, untuk itu hal yang perlu dilakukan oleh pihak perusahaan sari roti Kota Bengkulu, harus berusaha keras dalam meningkatkan penghasilan dalam penjualan, disamping meningkatkan strategi pemasaran. Atas dasar latar belakang yang telah diuraikan tersebut, dan berbagai pokok permasalahan yang dihadapi, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan mengambil judul "**Pengaruh *Sponsorship*, *Event* Lokal, Kegiatan Edukasi Dan Penawaran Terhadap Peningkatan Penjualan Sari Roti Di Kota Bengkulu**".

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya kegiatan *sponsorship* yang diberikan oleh perusahaan terhadap peningkatan penjualan Sari Roti Kota Bengkulu, perlu ditinjau kembali dampaknya.
2. Tidak ada *event* lokal yang dilakukan perusahaan Sari Roti Kota Bengkulu, maka perlu dikaji dari kegiatan tersebut.

3. Kegiatan edukasi yang jarang dilakukan, apakah memiliki timbal balik terhadap peningkatan penjualan Sari Roti Kota Bengkulu dalam hal penawaran
4. Peningkatan penjualan merupakan hal-hal yang perlu dipertimbangkan pada perusahaan Sari Roti Kota Bengkulu dalam menentukan *sponsorship* dalam *event* lokal, kegiatan edukasi dan penawaran.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka peneliti membatasi masalah yaitu pengaruh *Sponsorship* Dalam *Event* Lokal, Kegiatan Edukasi Dan Penawaran Terhadap Peningkatan Penjualan Sari Roti Di Kota Bengkulu.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh *sponsorship* terhadap peningkatan penjualan Sari Roti di Kota Bengkulu?
2. Apakah ada pengaruh *event* lokal terhadap peningkatan penjualan Sari Roti di Kota Bengkulu?
3. Apakah ada pengaruh kegiatan edukasi terhadap peningkatan penjualan Sari Roti di Kota Bengkulu ?
4. Apakah ada pengaruh penawaran terhadap peningkatan penjualan Sari Roti di Kota Bengkulu ?

5. Apakah ada pengaruh *sponsorship*, *event* lokal, kegiatan edukasi dan penawaran terhadap peningkatan penjualan Sari Roti di Kota Bengkulu ?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yang dilakukan pada perusahaan produk Sari Roti di Kota Bengkulu adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *sponsorship* terhadap peningkatan penjualan Sari Roti di Kota Bengkulu.
2. Untuk mengetahui pengaruh *event* lokal terhadap peningkatan penjualan Sari Roti di Kota Bengkulu.
3. Untuk mengetahui pengaruh kegiatan edukasi terhadap peningkatan penjualan Sari Roti di Kota Bengkulu.
4. Untuk mengetahui pengaruh penawaran terhadap peningkatan penjualan Sari Roti di Kota Bengkulu.
5. Untuk mengetahui pengaruh *sponsorship*, *event* lokal, kegiatan edukasi dan penawaran terhadap peningkatan penjualan Sari Roti di Kota Bengkulu.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang dapat digunakan oleh perusahaan Sari Roti Kota Bengkulu untuk senantiasa meningkatkan pengaruh *sponsorship*, *event* lokal, kegiatan edukasi dan penawaran terhadap peningkatan penjualan Sari Roti di Kota Bengkulu.

2. Manfaat Teoritis, Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar untuk penelitian berikutnya dan menambah teori-teori baru untuk penelitian yang sejenis.
3. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumber referensi untuk penelitian selanjutnya dengan permasalahan yang sama.