



**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PERUSAHAAN AIR
MINERAL AGA CV. INTAN MULIA BANYUWANGI**

*(The Implementation of Marketing Communication at Mineral Water Company
AGA CV. Intan Mulia Banyuwangi)*

SKRIPSI

Oleh

Risa Dwi Nur Azizah

NIM 080910202044

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER**

2012



**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PERUSAHAAN AIR
MINERAL AGA CV. INTAN MULIA BANYUWANGI**

*(The Implementation of Marketing Communication at Mineral Water Company
AGA CV. Intan Mulia Banyuwangi)*

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh

Risa Dwi Nur Azizah

NIM 080910202044

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS

JURUSAN ILMU ADMINISTRASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS JEMBER

2012

PERSEMBAHAN

Dengan setulus hati dan penuh kebanggaan serta kebahagiaan kupersembahkan karya ini sebagai ungkapan terima kasihku kepada :

1. Ayahanda Mohammad Ilyas dan ibunda Samsiyah, yang telah memberikan kasih sayang tulus dan doa di setiap langkahku, memberikan bimbingan, perlindungan dan semangat dalam menjalani hidup demi keberhasilanku.
2. Kakakku Farida Istiana, yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan dan doa untuk bisa segera menyelesaikan skripsi ini.
3. Guru-guruku mulai taman kanak-kanak sampai perguruan tinggi, terima kasih atas semua ilmu yang telah diberikan kepadaku.
4. Almamater tercinta Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember yang kubanggakan.

MOTTO

Unsur terpenting dalam rumusan meraih sukses adalah mengetahui bagaimana menjalin hubungan baik dengan orang lain. (Theodore Roosevelt)¹



* <http://www.katamutiara.info/kmi.php?kk=bisnis&tp=kata&hal=3>

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Risa Dwi Nur Azizah

NIM : 080910202044

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Implementasi Komunikasi Pemasaran Pada Perusahaan Air Mineral AGA CV. Intan Mulia Banyuwangi” adalah benar-benar hasil karya sendiri kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 30 Mei 2012

Yang Menyatakan,

Risa Dwi Nur Azizah

NIM 080910202044

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PERUSAHAAN AIR
MINERAL AGA CV. INTAN MULIA BANYUWANGI**

Oleh

Risa Dwi Nur Azizah

NIM 080910202044

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama

: Drs. Didik Eko Julianto, M.AB

Dosen Pembimbing Anggota

: Drs. Sugeng Iswono, MA

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Implementasi Komunikasi Pemasaran Pada Perusahaan Air Mineral
AGA CV. Intan Mulia Banyuwangi” telah diuji dan disahkan pada :

Hari : Senin

Tanggal : 11 Juni 2012

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji

Ketua,

Dr. Sasongko, M.Si

NIP19570407 198609 1 001

Pembimbing Utama,

Pembimbing Anggota,

Drs. Didik Eko Julianto, M.AB

Drs. Sugeng Iswono, MA

NIP19610722 198902 1 001

NIP19540202 198403 1 004

Anggota I

Anggota II

Dra. Sri Wahyuni, M.Si

Drs. Totok Supriyanto, M.Si

NIP19560409 198702 2 001

NIP19501004 197702 1 001

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA

NIP19520727 198103 1 003

RINGKASAN

Implementasi Komunikasi Pemasaran Pada Perusahaan Air Mineral AGA CV. Intan Mulia Banyuwangi; Risa Dwi N A; 080910202044; 2012: 70 halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Komunikasi pemasaran merupakan salah satu yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yakni memperoleh laba demi kelangsungan hidup perusahaan. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui implementasi komunikasi pemasaran yang dilaksanakan oleh perusahaan air mineral AGA CV. Intan Mulia Banyuwangi. Komunikasi pemasaran dapat menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen atas produk perusahaan yang selanjutnya berfungsi untuk mempengaruhi keputusan masyarakat untuk membeli produk yang pada akhirnya dapat membangkitkan dan mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli produk .

Lokasi penelitian berada di Jl. Diponegoro Dusun Gunungsari Desa Sumbergondo Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigma deskriptif. Metode pengambilan data dalam penelitian ini melalui wawancara, observasi dan dokumentasi sedangkan analisis data menggunakan teknik analisis domain dan taksonomi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pelaksanaan komunikasi pemasaran perusahaan menggunakan bauran komunikasi pemasaran yang meliputi periklanan, promosi penjualan, dan pemasaran langsung. Kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan melalui promosi penjualan pada program undian berhadiah dianggap perusahaan memiliki prioritas utama karena program ini dapat mendorong keinginan konsumen untuk membeli produk.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilaksanakan di lapangan, maka dapat disimpulkan bahwa implementasi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan air mineral AGA CV. Intan Mulia Banyuwangi berjalan cukup efektif yaitu dengan melaksanakan kegiatan bauran komunikasi pemasaran atau bauran promosi yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan dan pemasaran langsung. Namun dalam pelaksanaannya memiliki kendala-kendala yang dihadapi perusahaan antara lain : keterbatasan dana yang dimiliki perusahaan, keterbatasan *sales promotion* yang dimiliki, dan keterbatasan tenaga penjual yang dimiliki perusahaan.



PRAKATA

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan ijinNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi Komunikasi Pemasaran Pada Perusahaan Air Mineral AGA CV. Intan Mulia Banyuwangi”. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa karya tulis ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan, dukungan dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu tidak ada kata yang layak untuk menghargai selain ucapan terima kasih sebesar-besarnya untuk semua pihak yang terkait dalam penulisan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
2. Dr. Sasongko, M.Si selaku Kepala Jurusan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
3. Drs. Poerwanto, M.Si selaku Kepala Program Studi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
4. Drs. Didik Eko Julianto, M.AB selaku dosen pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya dengan sabar guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
5. Drs. Sugeng Iswono, MA selaku dosen pembimbing 2 atas waktu yang diluangkan untuk pembimbingan skripsi.
6. Drs. Totok Supriyanto, M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan mengarahkan selama menjadi mahasiswa yang aktif.

7. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
8. H. Eko Susilo Nurhidayat, SE, MM selaku dirut perusahaan air mineral AGA CV. Intan Mulia Banyuwangi.
9. Bapak Masyhudi El Basyar selaku manajer CV. Intan Mulia Banyuwangi serta seluruh karyawan yang memberikan ijin, memberikan informasi serta membantu memberikan data-data dalam kelengkapan penyusunan skripsi ini.
10. Semua pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini dan tidak dapat disebutkan satu per satu.

Karya ilmiah ini masih jauh dari sempurna, demi kesempurnaan skripsi ini peneliti mengharap kritik dan saran yang membangun. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkannya.

Jember, Mei 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PEMBIMBINGAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Pemasaran	6
2.2 Produk	7
2.3 Komunikasi Pemasaran	9
2.3.1 Ruang Lingkup dan Peran Komunikasi Pemasaran.....	9

2.3.2 Definisi Komunikasi Pemasaran	11
2.3.3 Bauran Komunikasi Pemasaran	13
2.3.4 Model Komunikasi Pemasaran	21
2.4 Perusahaan Air Mineral AGA	23
2.5 Penelitian Terdahulu	25
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Tipe dan Paradigma Penelitian	26
3.2 Tahap Persiapan	27
3.3 Tahap Pengumpulan Data.....	30
3.4 Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data.....	31
3.5 Tahap Analisis Data.....	32
3.6 Kerangka Deskripsi Penelitian	34
3.7 Tahap Penarikan Kesimpulan	35
BAB 4. PEMBAHASAN.....	36
4.1 Hasil Penelitian.....	36
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	36
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	37
4.1.3 Struktur Organisasi	37
4.1.4 Ketentuan Jam Kerja Karyawan.....	42
4.2 Pembahasan.....	43
4.2.1 Area Pemasaran.....	43
4.2.2 Kebijakan Komunikasi Pemasaran Perusahaan	44
4.2.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	47
4.2.4 Perencanaan Bauran Komunikasi Pemasaran	50
4.2.5 Media yang Digunakan Dalam Komunikasi Pemasaran.....	51
4.2.6 Alasan Penggunaan Media.....	52
4.3 Implementasi Komunikasi Pemasaran	54
4.3.1 Periklanan.....	54
4.3.2 Promosi Penjualan.....	57

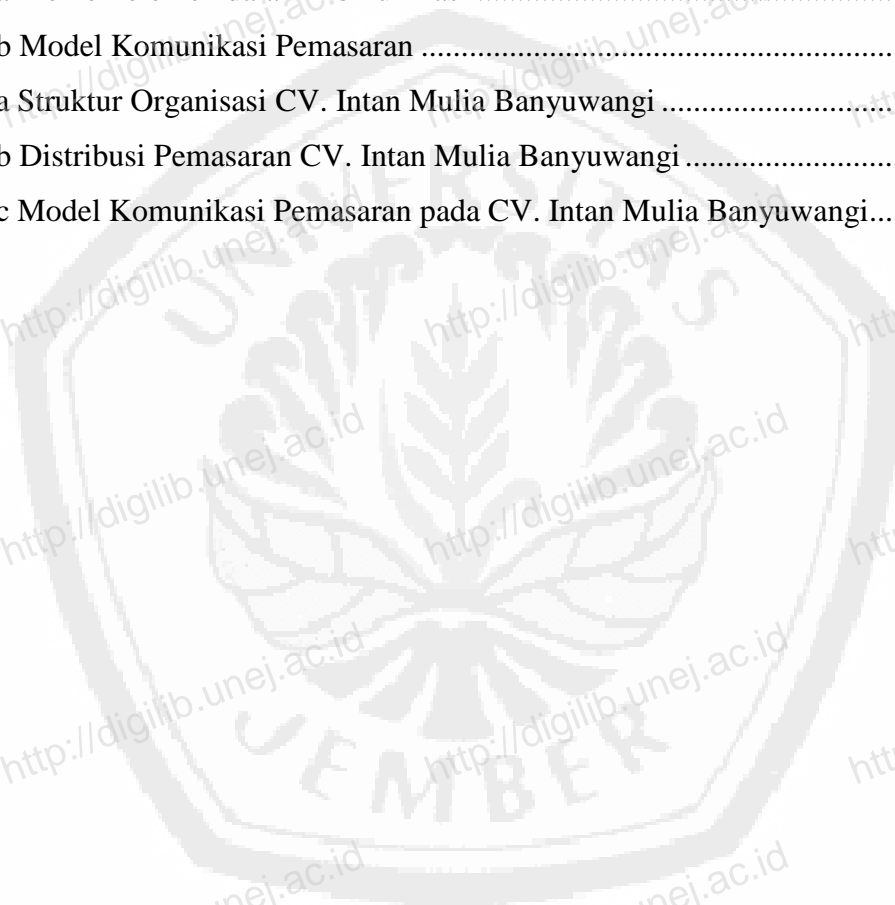
4.3.3 Pemasaran Langsung.....	58
4.3.4 Tanggapan Konsumen Produk AGA	58
4.3.5 Kendala dalam Komunikasi Pemasaran CV. Intan Mulia Banyuwangi	62
4.3.6 Solusi Terhadap Kendala yang dihadapi Perusahaan.....	63
4.4 Interpretasi	64
BAB 5. PENUTUP	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	70
DAFTAR BACAAN	
LAMPIRAN	
A. PEDOMAN WAWANCARA	73
B. PEDOMAN WAWANCARA AGEN DAN KONSUMEN	74
C. DAFTAR HASIL WAWANCARA	75
D. DOKUMENTASI	88

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1.a Daftar Perusahaan Air Mineral di Banyuwangi	3
1.2.b Data Penjualan Air Isi Ulang AGA Tahun 2009-2011	4
2.1.a Perbedaan promosi penjualan dengan periklanan	16
2.2.b Jenis Surat Ijin CV. Intan Mulia Banyuwangi	24
3.1.a Analisis Domain Komunikasi Pemasaran pada Perusahaan Air Mineral AGA CV. Intan Mulia Banyuwangi	33
3.2.b Analisis Taksonomi yang Dilaksanakan Perusahaan Air Mineral AGA CV. Intan Mulia Banyuwangi	34
4.1.a Jam dan Hari Kerja Karyawan	42
4.2.b Data Penambahan Agen Depo AGA tahun 2011-2012.....	49
4.3.c Perencanaan Komunikasi Pemasaran AGA	50
4.4.d Rencana komunikasi pemasaran, implementasi komunikasi pemasaran dan kendala yang dihadapi CV. Intan Mulia Banyuwangi	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1.a Elemen-elemen dalam Komunikasi	21
2.2.b Model Komunikasi Pemasaran	22
4.1.a Struktur Organisasi CV. Intan Mulia Banyuwangi	38
4.2.b Distribusi Pemasaran CV. Intan Mulia Banyuwangi	44
4.3.c Model Komunikasi Pemasaran pada CV. Intan Mulia Banyuwangi.....	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
A. Pedoman Wawancara.....	73
B. Pedoman Wawancara Agen dan Konsumen.....	74
C. Daftar Hasil Wawancara.....	75
D. Dokumentasi.....	88

