



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CV KARTIKA BONDOWOSO
DALAM MEMASARKAN JASA PENYEWAAN PERALATAN PESTA,
HIBURAN, DAN UPACARA**

SKRIPSI

Oleh :

Yuanita Rostianti

090910202035

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

2013



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CV KARTIKA BONDOWOSO
DALAM MEMASARKAN JASA PENYEWAAN PERALATAN PESTA,
HIBURAN, DAN UPACARA**
*(Marketing Communication Strategy Of CV Kartika Bondowoso Into Rent Service
Marketing Of Party Materials, Entertainment And Ceremony)*

SKRIPSI

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

Oleh
Yuanita Rostianti
090910202035

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

2013

HALAMAN PERSEMBAHAN

Berkat rahmat dan hidayah ALLAH SWT akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua yang sangat saya sayangi dan hormati. Tidak ada yang lebih membahagiakan di dunia ini selain mempunyai kedua orang tua yang sangat menyayangi anaknya sepenuh hati.
2. Saudara-saudaraku yang saya sayangi yang selalu mensupport dan membantu saya dalam segala hal di dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Teman-teman saya yang selalu menemani saya dalam suka duka.
4. Almamater Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik.

MOTTO

“Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antara kamu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.
(terjemahan Surat Al-Mujadalah ayat 11)*

“Cara terbaik untuk mempertahankan pelanggan adalah terus-menerus mencari jalan untuk memberi kepada mereka lebih dari yang mereka bayar” **)

*) Departemen Agama Republik Indonesia.1998. *Al Qur'an dan Terjemahannya*. Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo.

***) Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran 2*. Jakarta : Prehallindo.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yuanita Rostianti

NIM : 090910202035

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran CV Kartika Bondowoso Dalam Memasarkan Jasa Penyewaan Peralatan Pesta, Hiburan, Dan Upacara” adalah benar-benar hasil karya sendiri kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab 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, 15 Maret 2013

Yang Menyatakan,

Yuanita Rostianti

NIM 090910202035

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CV KARTIKA BONDOWOSO
DALAM MEMASARKAN JASA PENYEWAAN PERALATAN PESTA,
HIBURAN, DAN UPACARA**

Oleh

Yuanita Rostianti

NIM 090910202035

Pembimbing

Pembimbing I : Drs. Didik Eko Julianto, M.AB

Pembimbing II : Drs. Poerwanto, MA

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran CV Kartika Bondowoso Dalam Memasarkan Jasa Penyewaan Peralatan Pesta, Hiburan, dan Upacara” telah diuji dan disahkan pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 26 Maret 2013

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji

Ketua,

Sekretaris,

Drs. Totok Supriyadi, M.Si

NIP. 195010041977021001

Anggota I,

Drs. Didik Eko Julianto, M.AB

NIP. 196107221989021001

Anggota II,

Drs. Poerwanto, MA

NIP. 194907151984031002

Ika Sisbintari, S.Sos., M.Si

NIP. 197402072005122001

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA

NIP. 195207271981031003

RINGKASAN

Strategi Komunikasi Pemasaran CV Kartika Bondowoso Dalam Memasarkan Jasa Penyewaan Peralatan Pesta, Hiburan, Dan Upacara; Yuanita Rostianti; 090910202035; 2013; 136 halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran CV Kartika Bondowoso dalam memasarkan jasa penyewaan alat-alat pesta, hiburan dan upacara. CV Kartika Bondowoso sebagai perusahaan jasa mempunyai strategi komunikasi pemasaran yang berbeda dengan perusahaan manufaktur. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran CV Kartika Bondowoso menggunakan bauran komunikasi pemasaran yaitu periklanan, promosi penjualan, penjualan tatap muka, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Keseluruhan bauran komunikasi pemasaran ini dapat dilaksanakan sesuai rencana. Dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran dapat meningkatkan volume penyewaan pada tahun 2011-2012 sebesar 101 penyewaan.

PRAKATA

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran CV Kartika Bondowoso Dalam Memasarkan Jasa Penyewaan Peralatan Pesta, Hiburan, Dan Upacara”. Penulisan skripsi ini tujuan 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 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, MA selaku Kepala Program Studi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember dan juga selaku dosen pembimbing anggota yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan masukan demi terselesaikannya skripsi ini.
4. Drs. Didik Eko Julianto, M. AB. selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan masukan demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
6. Bapak Endro Yulikusdianto, SE., M.Si selaku direktur CV Kartika Bondowoso.

7. Teman-teman Administrasi Bisnis yang selalu mensupport demi terselesaikannya skripsi ini. Yayuk, Ardi, Deki, Rika, Rhea, Nugi, Ari dan yang lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

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, 15 Maret 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
RINGKASAN.....	vii
PRAKATA.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Pemasaran.....	8
2.1.1 Definisi Pemasaran.....	8
2.1.2 Jenis Pemasaran.....	9
2.1.3 Proses Pemasaran.....	13
2.1.4 Bauran Pemasaran Jasa.....	14
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	17
2.2.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	17
2.2.2 Peran dan Ruang Lingkup Komunikasi Pemasaran.....	18

2.2.3 Model Komunikasi Pemasaran.....	19
2.2.4 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	20
2.2.5 Anggaran Komunikasi Pemasaran.....	29
2.3 Strategi.....	30
2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	32
2.4.1 Strategi dan Hierarki Komunikasi Pemasaran.....	32
2.4.2 Konsep Daur Hidup Produk dalam Strategi Komunikasi Pemasaran.....	33
2.4.3 Strategi Komunikasi Pemasaran Jasa.....	34
2.4.4 Komunikasi Pemasaran Yang Efektif.....	36
2.5 Tinjauan Terdahulu.....	37
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Tipe Penelitian.....	38
3.2 Tahap Persiapan.....	39
3.3 Tahap Pengumpulan Data.....	42
3.4 Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data.....	46
3.5 Tahap Analisis Data.....	47
3.6 Tahap Penarikan Kesimpulan.....	48
BAB 4. PEMBAHASAN.....	50
4.1 Sejarah dan Gambaran Umum CV Kartika Bondowoso.....	50
4.2 Struktur CV Kartika Bondowoso.....	51
4.3 Visi Misi CV Kartika Bondowoso.....	53
4.4 Karyawan CV Kartika Bondowoso.....	53
4.5 Produk CV Kartika Bondowoso.....	55
4.6 Daerah Pemasaran CV Kartika Bondowoso.....	61
4.7 Target Sasaran.....	61
4.8 Pembahasan.....	62
4.8.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	62
4.8.2 Strategi Komunikasi Pemasaran CV Kartika Bondowoso.....	62

4.8.3 Media Komunikasi Pemasaran CV Kartika Bondowoso.....	67
4.8.4 Anggaran Biaya Komunikasi Pemasaran CV Kartika	
Bondowoso.....	68
4.8.5 Implementasi Komunikasi Pemasaran CV Kartika	
Bondowoso.....	73
4.8.6 Hasil Wawancara dengan Konsumen.....	73
4.8.7 Deskripsi Implementasi Komunikasi Pemasaran CV	
Kartika Bondowoso.....	78
4.8.7.1 Periklanan.....	78
4.8.7.2 Promosi Penjualan.....	82
4.8.7.3 Penjualan Tatap Muka.....	85
4.8.7.4 Hubungan Masyarakat.....	86
4.8.7.5 Pemasaran Langsung.....	88
4.9 Interpretasi.....	90
BAB 5. PENUTUP.....	101
5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Produk Domestik Bruto atas Dasar Harga Berlaku (dalam juta) Kabupaten Bondowoso Tahun 2009-2011.....	1
1.2 Data Perusahaan Sejenis CV Kartika Bondowoso.....	4
2.1 Perbedaan karakteristik barang dan jasa.....	13
2.2 Profil Kategori Media Utama.....	22
2.3 Tabel komunikasi pemasaran dari masing-masing elemen bauran Promosi.....	29
2.5 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	37
3.1 Analisis domain strategi komunikasi pemasaran CV Kartika Bondowoso.....	48
3.2 Analisis taksonomi strategi komunikasi pemasaran CV Kartika Bondowoso.....	48
4.1 Jumlah karyawan CV Kartika Bondowoso.....	53
4.2 Tingkat Pendidikan Karyawan CV Kartika Bondowoso.....	54
4.3 Strategi Komunikasi Pemasaran CV Kartika Bondowoso.....	63
4.4 Media Komunikasi Pemasaran CV Kartika Bondowoso.....	67
4.5 Anggaran Biaya Komunikasi Pemasaran CV Kartika Bondowoso.....	69
4.6 Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran CV Kartika Bondowoso.....	73
4.7 Contoh Potongan Harga dan Program Berkelanjutan CV Kartika Bondowoso.....	84
4.8 Jumlah Penyewa CV Kartika Bondowoso 2011-2012.....	90
4.9 Matriks Analisis Domain Strategi Komunikasi Pemasaran CV Kartika Bondowoso.....	95
4.10 Matriks Rencana dan Realisasi Strategi Komunikasi Pemasaran CV Kartika Bondowoso.....	97

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Model Komunikasi Pemasaran.....	20
2.2 Hierarki Struktural Strategi Komunikasi Pemasaran.....	32
2.3 Struktur Penyusunan Strategi dan Taktik Komunikasi Pemasaran.....	34
4.1 Struktur Perusahaan.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. Pedoman Wawancara.....	105
Daftar Wawancara.....	106
B. Hasil Wawancara.....	109
C. Dokumentasi.....	119
D. Produk-Produk Yang Disewakan.....	121
E. Contoh Perjanjian Sewa Corporate.....	133
F. Contoh Tanda Bukti Sewa.....	136
G. <i>Sound system</i> yang mengalami kerusakan pada <i>box</i>	137
H. Papan nama.....	138
I. Banner.....	139
J. Umbul-umbul pada salah satu acara di Alun-alun Bondowoso.....	140
K. Spanduk berwarna hijau dipasang pada sound system.....	141
L. Salah satu <i>event</i> yang pernah digelar CV Kartika Bondowoso.....	142