



**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA
MY KEF KALIJATI FASHION DAN SWALAYAN
AMBULU JEMBER**

*IMPLEMENTATION OF MARKETING COMMUNICATION AT
MY KEF KALIJATI FASHION AND SELF SERVICE
AMBULU JEMBER*

SKRIPSI

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

Oleh

Hajar Iliyun

NIM 080910292027

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

2012



**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA
MY KEF KALIJATI FASHION DAN SWALAYAN
AMBULU JEMBER**

*IMPLEMENTATION OF MARKETING COMMUNICATION AT
MY KEF KALIJATI FASHION AND SELF SERVICE
AMBULU JEMBER*

SKRIPSI

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

Oleh

Hajar Iliyun

NIM 080910292027

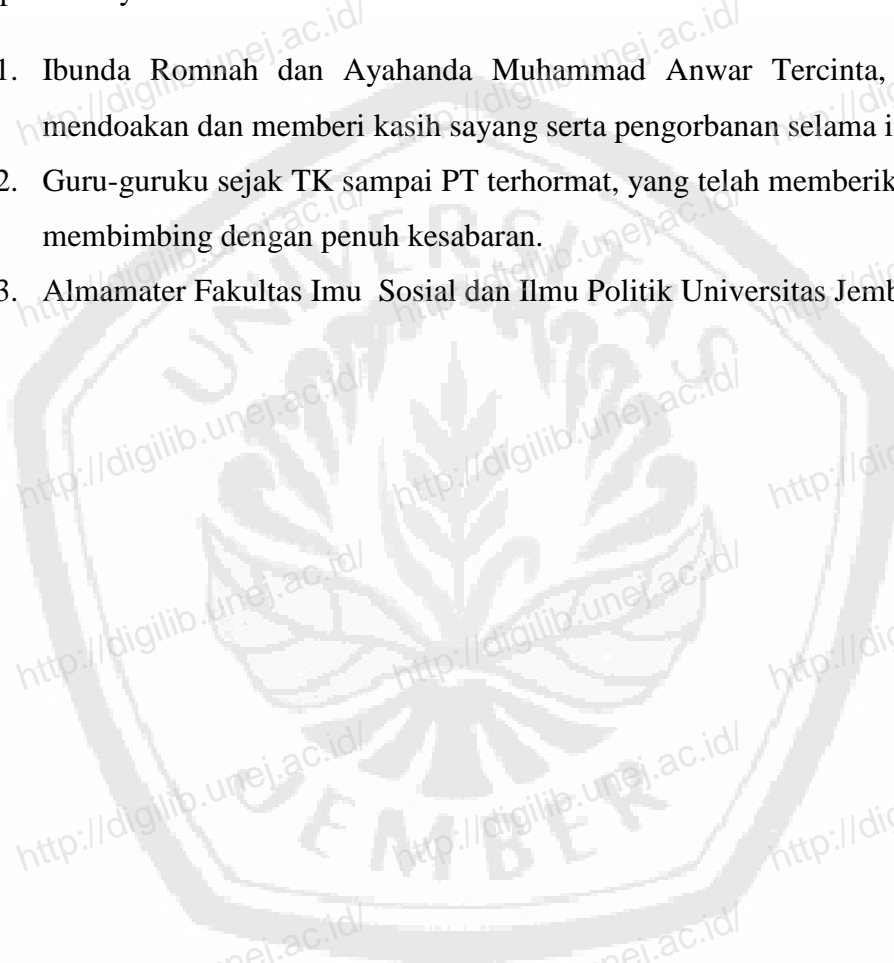
**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER**

2012

PERSEMBAHAN

Skripsi ini Saya Persembahkan untuk:

1. Ibunda Romnah dan Ayahanda Muhammad Anwar Tercinta, yang telah mendoakan dan memberi kasih sayang serta pengorbanan selama ini;
2. Guru-guru sejak TK sampai PT terhormat, yang telah memberikan ilmu dan membimbing dengan penuh kesabaran.
3. Almamater Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.



MOTTO

Keterampilan berkomunikasi secara baik dan positif merupakan syarat mutlak bagi setiap orang yang ingin meraih kesuksesan dalam bidang apapun yang digeluti*)



*) Andrie Wongso. 2005. *15 Windom Succes: Classical Motivational Stories*. Jakarta: PT. Elex Media Kompu

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tanda tangan dibawah ini:

Nama : Hajar Iliyun

NIM : 080910292027

Menyatakan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “*Implementasi Komunikasi Pemasaran pada My Kef Kalijati Fashion dan Swalayan Ambulu Jember*” adalah benar-benar karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institutisi manapun, serta bukan karya jiblanan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Dengan pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember 19 Oktober 2012

Yang menyatakan

Hajar Iliyun

080910292027

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA
MY KEF KALIJATI FASHION DAN SWALAYAN
AMBULU JEMBER**

Oleh

Hajar Iliyun

NIM 080910292027

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Edy Wahyudi. Sos, MM

Dosen Pembimbing Anggota : Dra. Sri Wahyuni. M. Si

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “ Implementasi Komunikasi Pemasaran pada My Kef Kalijati Fashion dan Swalayan Ambulu Jember” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ilmu

Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember pada :

Hari, Tanggal : Jum’at, 19 Oktober 2012

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Tim Penguji:
Ketua

Drs. Poerwanto, M.A
NIP. 19490715 198403 1 002

Pembimbing Utama

Pembimbing Anggota

Dr. Edy Wahyudi, S. Sos, MM
NIP. 19750825 200212 1 002

Dra. Sri Wahyuni, M. Si
NIP 19560409 198702 2 001

Anggota I

Anggota II

Drs. Didik Eko Julianto, MAB
NIP. 19610722 198902 1 001

Yuslinda Dwi Handini, S. Sos., M.AB
NIP. 19790919 200812 2 001

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA
NIP. 19520727 198103 1 003

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan khadirat Allah SWT, dengan limpahan rahmad serta izinnya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar strata (S1) Jurusan Ilmu Administrasi, program studi Ilmu Administrasi Bisnis, yang berjudul “Implementasi Komunikasi Pemasaran Pada My Kef Kalijati *Fashion* dan Swalayan Ambulu Jember”.

Penulis menyadari bahwa karya tulis ini tidak terselesaikan tanpa bantuan, dorongan, dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu tiada kata yang layak untuk menghargai selain ucapan terimakasih sedalam-dalamnya untuk semua pihak yang terkait dalam pernyataan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini, tidak berlebihan kiranya apabila penulis menyampaikan rasa hormat dan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Hari Yuswadi, Ma Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember
2. Drs, Himawan Bayu Patriadi, M. A., Ph. D selaku Pembantu Dekan I, Drs. Rudy Eko Pramono, M.Si selaku Pembantu Dekan II dan Sutrisno, M.Si selaku Pembantu Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember
3. Dr. Sasongko, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember
4. Drs. Poerwanto, M.A selaku program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember
5. Dr. Edy Wahyudi. Sos, MM selaku Dosen Pembimbing Anggota I, dan Dra. Sri Wahyuni. M. Si selaku Dosen Pembimbing Anggota II yang telah meluangkan waktu, dan pikiran.

6. Kedua orang tuaku tercinta atas doa, dukungan, dan semua kasih yang diberikan.
7. Drs. Sutrisno, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing menjadi mahasiswa
8. Fransisca Wijaya Kusuma selaku pemilik My Kef Kalijati *Fashion* dan Swalayan Ambulu Jember
9. Seluruh karyawan My Kef Kalijati *Fashion* dan Swalayan Ambulu Jember
10. Teman-teman yang selalu memberi semangat dan canda tawanya kepadaku :
Imelda, Fidya, Rina, Chui, Bunga yang tidak pernah terlupakan
11. Teman-teman ADBIS 08 atas dukungan dan semangatnya
12. Semua pihak yang membantu penyusunan skripsi dan tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari karya ilmiah ini jauh dari sempurna, maka dari itu penulis mengharap kritik dan saran demi membangun tercapainya kesempurnaan karya ilmiah ini. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat dan memperkaya khasanah akademis.

Jember, Oktober 2012

Penulis

RINGKASAN

Implementasi Komunikasi Pemasaran pada My Kef Kalijati Fashion dan Swalayan Ambulu Jember; Hajar Iliyun, 080910292027; 2012: 69 halaman ; Jurusan Ilmu Administrasi. Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Jember.

Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Persaingan yang kompetitif mengharuskan perusahaan untuk meninjau kembali kegiatan komunikasi pemasaran dalam upaya mempertahankan pasar. Kegiatan komunikasi pemasaran tersebut dilakukan untuk memperkenalkan produk perusahaan kepada konsumen yang diharapkan agar konsumen tertarik, terpengaruh dan melakukan pembelian akan produk tersebut. Penggunaan komunikasi pemasaran yang tepat sebagai strategi pemasaran perusahaan merupakan salah satu cara agar mampu bersaing secara kompetitif. Tujuan penulisan untuk mengetahui Implementasi komunikasi pemasaran pada My Kef Kalijati *fashion* dan swalayan Ambulu Jember.

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian maka tipe penelitian ini adalah penelitian yang bersifat deskriptif yang didasarkan pada paradigma kualitatif. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam atau suatu data yang mengandung makna, artinya adalah untuk mencari makna data yang sebenarnya. Deskripsi penelitian ini menjelaskan tentang pelaksanaan implementasi komunikasi pemasaran yang dilakukan My Kef Kalijati *Fashion* dan Swalayan Ambulu Jember. Penelitian ini menggunakan analisis tiga alur, dengan menyajikan data variabel

komunikasi pemasaran yang dilaksanakan beserta program-program yang dilaksanakan didalamnya. Variabel yang digunakan dalam implementasi komunikasi pemasaran pada My Kef Kalijati *Fashion* dan Swalayan Ambulu Jember dilaksanakan melalui beberapa media. Pertama media iklan pada radio Kharisma Fm, dan media luar ruangan melalui papan nama, banner, umbul-umbul, dan spanduk. Kedua, melaksanakan promosi penjualan melalui diskon, kupon, dan hadiah, Ketiga, penjualan pribadi melalui pramuniaga dan *salesman*, dan yang terakhir pemasaran langsung melalui media sosial *facebook*. Kemudian kebenarannya melalui teknik triangulasi yaitu membandingkan perolehan data temuan dari perusahaan dengan hasil wawancara dengan informan terkait dalam implementasi komunikasi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran yang dilakukan pada My Kef Kalijati *fashion* dan swalayan Ambulu Jember dilaksanakan dengan baik dan efektif yang terbukti dengan adanya peningkatan volume penjualan yang lebih tinggi pada tahun 2011 dibanding penjualan sebelumnya tahun 2010.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
PRAKATA	vii
RINGKASAN	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan teori	8
2.2 Pemasaran	8
2.2.1 Definisi Pemasaran	8
2.2.2 Bauran Pemasaran	9
2.3 Komunikasi Pemasaran	11
2.3.1 Peran dan Ruang Lingkup Komunikasi Pemasaran	11

2.3.2 Pengertian Komunikasi Pemasaran	12
2.3.3 Bauran Komunikasi Pemasaran	14
2.4 Model Komunikasi Pemasaran	29
2.5 Pengertian Pedagang Eceran (Retail Business).....	31
2.6 Tinjauan Penelitian Terdahulu	32
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Tipe Penelitian	34
3.2 Tahap Persiapan Penelitian	35
3.3 Tahap Pengumpulan Data	38
3.4 Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data	39
3.5 Tahap Analisis Data	40
3.6 Tahap Penarikan Kesimpulan	42
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Sejarah perusahaan.....	43
4.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	44
4.3 Tujuan Perusahaan.....	44
4.4 Job Deskripsi.....	44
4.5 Jumlah karyawan.....	46
4.5.1 Jam hari kerja karyawan	46
4.6 Produk perusahaan.....	47
4.7 Daerah pemasaran.....	49
4.8 Target pasar sasaran.....	49
4.9 Rencana komunikasi pemasaran.....	50
4.10 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	51
4.11 Anggaran komunikasi pemasaran.....	52
4.12 Media yang digunakan dalam komunikasi pemasaran.....	52
4.13 Alasan Penggunaan Media.....	54
4.14 Saluran Komunikasi pemasaran.....	54

4.15 Implementasi komunikasi pemasaran.....55

4.16 Deskripsi Implementasi Komunikasi Pemasaran.....56

4.16.2 Periklanan.....56

4.16.3 Promosi Penjualan.....58

4.16.3 Penjualan pribadi60

4.16.4 Pemasaran Langsung.....61

4.17 Interpretasi.....63

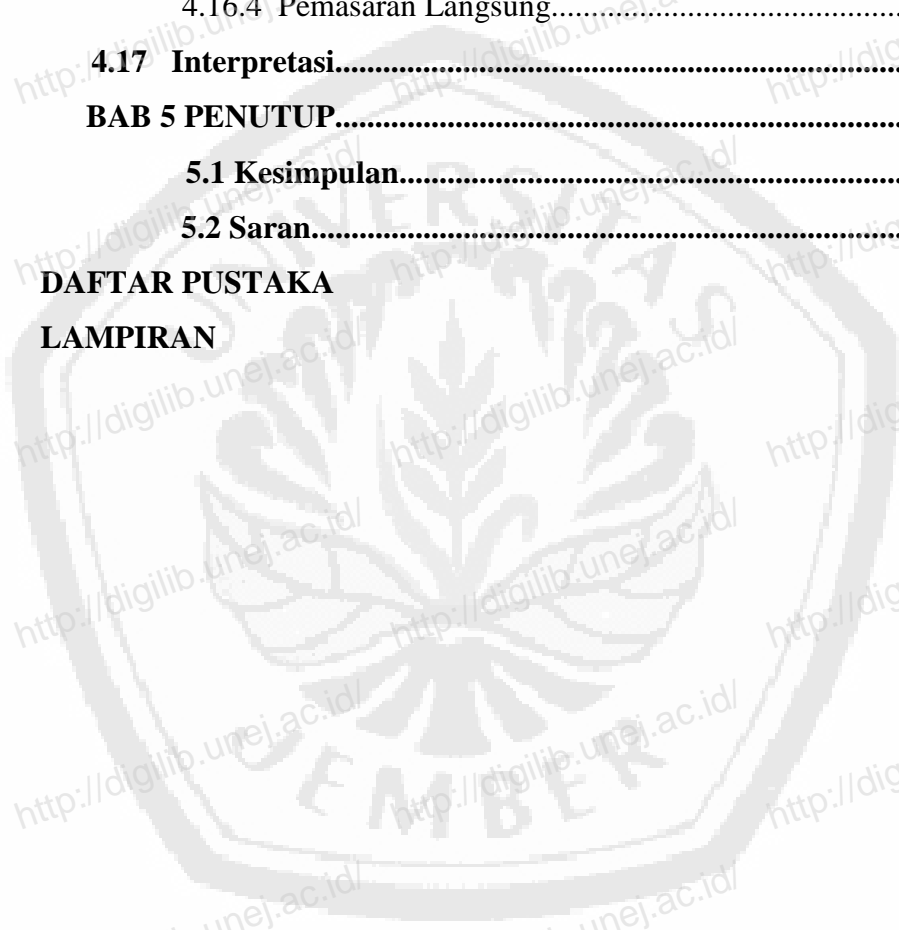
BAB 5 PENUTUP.....69

5.1 Kesimpulan.....69

5.2 Saran.....69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

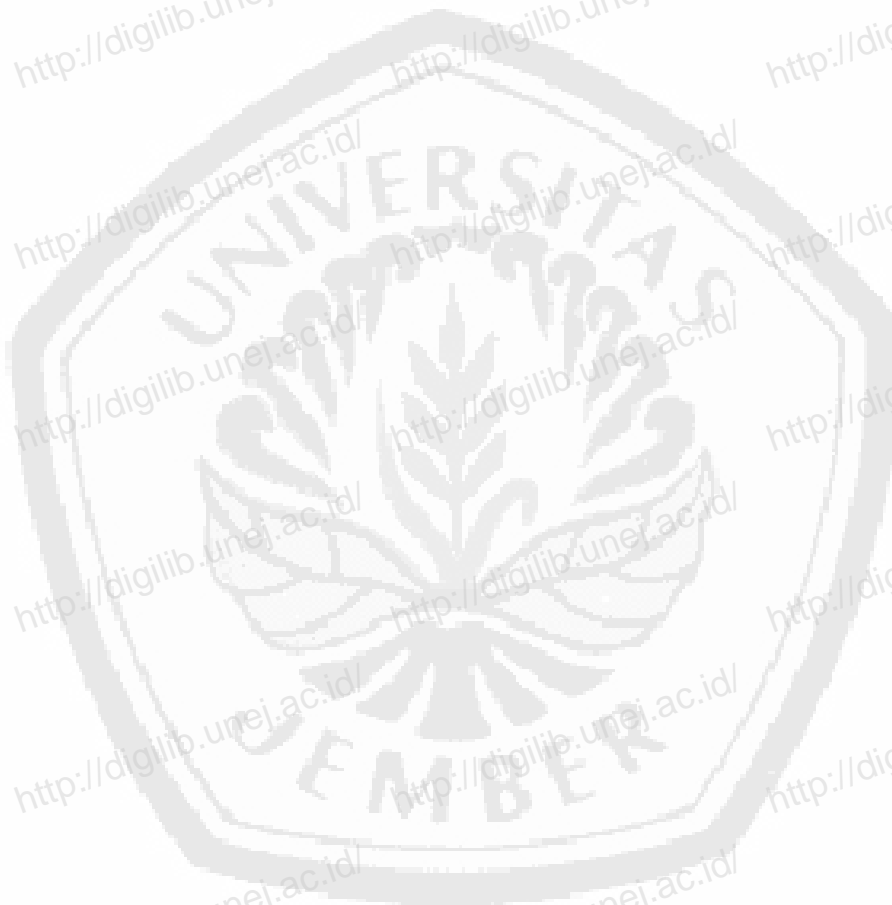


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Pesaing My Kef Kalijati <i>fashion</i> dan swalayan.....	4
Tabel 1.2 Data Hasil Penjualan My Kef Kalijati <i>fashion</i> dan swalayan.....	5
Tabel 2.1 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	15
Tabel 2.2 Keunggulan dan Keterbatasan Dunia Iklan.....	18
Tabel 2.3 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Saat ini.....	33
Tabel 3.1 Model Analisis Domain Implementasi Komunikasi Pemasaran.....	41
Tabel 3.2 Model Analisis Taksonomi Implementasi Komunikasi Pemasaran.....	41
Tabel 4.1 Jumlah Karyawan My Kef Kalijati <i>fashion</i> dan swalayan.....	46
Tabel 4.2 Jam Hari Kerja Karyawan My Kef Kalijati <i>fashion</i> dan swalayan.....	46
Tabel 4.3 Rencana Komunikasi Pemasaran My Kef Kalijati <i>fashion</i> dan swalayan.....	50
Tabel 4.4 Anggaran Komunikasi Pemasaran My Kef Kalijati <i>fashion</i> dan swalayan.....	52
Tabel 4.5 Media yang digunakan Dalam Aktifitas Komunikasi Pemasaran My Kef Kalijati <i>fashion</i> dan swalayan.....	53
Tabel 4.6 Implementasi Komunikasi Pemasaran My Kef Kalijati <i>fashion</i> dan swalayan Ambulu Jember.....	56
Tabel 4.7 Produk Kebutuhan Pokok yang Mendapatkan Diskon.....	59
Tabel 4.8 Hadiah.....	61
Tabel 4.9 Matriks Implementasi Komunikasi Pemasaran My Kef Kalijati <i>fashion</i> dan swalayan Ambulu Jember.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Komunikasi Pemasaran.....30



DAFTAR LAMPIRAN

Hasil Wawancara.....	Lampiran 1
Surat penelitian dari Lembaga Penelitian.....	Lampiran 2
Surat Ijin Telah Melaksanakan Penelitian dari perusahaan	Lampiran 3
Foto Komunikasi Pemasaran di Dalam dan di Luar Toko.....	Lampiran 4

