



**IMPLEMENTASI HORIZONTALISASI PEMASARAN PADA
USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) BERBASIS
ONLINE DAN OFFLINE DI KOTA BLITAR**

*The Implementation of Marketing Horizontalization On Small Medium Enterprises
(SMEs) Based Online and Offline In Blitar City*

SKRIPSI

Oleh

**Miko Maya Dwi
NIM 080910202015**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2012**



**IMPLEMENTASI HORIZONTALISASI PEMASARAN PADA
USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) BERBASIS
ONLINE DAN OFFLINE DI KOTA BLITAR**

*The Implementation of Marketing Horizontalization On Small Medium Enterprises
(SMEs) Based Online and Offline In Blitar City*

SKRIPSI

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

Oleh

**Miko Maya Dwi
NIM 080910202015**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2012**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tuaku Bapak Sugito dan Ibu Tilah, yang selalu memberikan doa, nasehat, menyemangati, mendidiku dengan kesabaran, perhatian dan kasih sayangnya;
2. Kakakku tercinta Frida Aris Susanto yang selalu mengayomi, membimbing, menyayangi, meyemangatiku;
3. Orang spesial dalam hidupku Novia Wahyu Arianto, yang selalu mendampingi, menyemangati, membimbingku dengan penuh kesabaran dan kasih sayang;
4. Universitas Jember yang merupakan tempat saya menuntut ilmu.

MOTO

*New Wave Marketing is one of the best models for the New Chaotic World! And
Connect is the Key to do it!*
(Dalam Kartajaya dan Darwin : 2010)*)

Pemasaran Era Baru adalah salah satu model terbaik untuk dunia yang penuh
keributan! Dan *Connect* adalah kunci untuk menjalankan itu!
(Dalam Kartajaya dan Darwin : 2010)*)



*) Kartajaya dan Darwin. 2010. *Connect*. Jakarta : Gramedia

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Miko Maya Dwi

Nim : 080910202015

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Implementasi Horizontalisasi Pemasaran pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Online dan Offline Di Kota Blitar ” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, 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 adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 15 Juni 2012

Yang Menyatakan,

Miko Maya Dwi

NIM 080910202015

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI HORIZONTALISASI PEMASARAN PADA
USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) BERBASIS
ONLINE DAN OFFLINE DI KOTA BLITAR**

*The Implementation of Marketing Horizontalization On Small Medium Enterprises
(SMEs) Based Online and Offline In Blitar City*



Oleh

Miko Maya Dwi
NIM 080910202015

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Edy Wahyudi, S.Sos, M.M.

Dosen Pembimbing Anggota : Drs. Didik Eko Julianto, MAB.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Implementasi Horizontalisasi Pemasaran pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Online dan Offline Di Kota Blitar” telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Jum’at, 22 Juni 2012

tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji
Ketua,

Drs. Poerwanto, MA
NIP. 19490715 198403 1 002

Pembimbing Utama,

Pembimbing Anggota,

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

Drs. Didik Eko Julianto, MAB
NIP. 19610700 198902 1 001

Anggota I,

Anggota II,

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

Drs. Sugeng Iswono, MA
NIP. 19540202198403 1 004

Mengesahkan,
Dekan,

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA
NIP. 195207271981031003

RINGKASAN

Implementasi Horizontalisasi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Online dan Offline Di Kota Blitar; Miko Maya Dwi, 080910202015; 2012: 135 halaman; Program studi Ilmu Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan mendeskripsikan Implementasi Horizontalisasi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Online dan Offline Di Kota Blitar. Penelitian ini dilaksanakan pada usaha mikro Batik Balitar, Usaha mikro Kaos Tjap Djalo, dan usaha mikro EMC yang melakukan horizontalisasi pemasaran berbasis online dan offline di Kota Blitar. Penelitian dilakukan pada bulan Januari 2012 sampai bulan Maret 2012. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan menggunakan metode *snowball* dalam menentukan informan. Informan dalam penelitian ini berjumlah 15 orang yang terkait dengan horizontalisasi pemasaran UMKM berbasis Online dan Offline di Kota Blitar. Analisis data menggunakan domain dan taksonomi.

Analisis domain dilakukan dengan cara melihat gambaran umum perusahaan meliputi sejarah, visi misi, struktur organisasi, tujuan perusahaan, dan horizontalisasi pemasaran yang dilakukan perusahaan. Sedangkan analisis taksonomi dilakukan dengan melihat horizontalisasi pemasaran melalui *online* dan *offline*. Horizontalisasi pemasaran adalah *company* terhubung / *ter-connect* secara sejajar dengan lanskap bisnis secara *online* dan *offline*. Lanskap bisnis terhubung secara sejajar, semua memiliki derajat yang sama, memiliki peluang yang sama, contohnya di internet antara *company*, *competitor*, *customer*, *change* memiliki kesempatan dan peluang yang sama untuk mengakses dan menggali informasi serta berpendapat di internet. Melalui *offline* perusahaan terhubung secara horizontal dengan konsumen maupun kompetitor, komunikasinya tidak lagi bersifat top-down satu arah dari perusahaan ke konsumen tapi komunikasi dua arah antara *company*, *customer*, maupun *competitor*.

Implementasi horizontalisasi pemasaran secara optimal dengan cara *connect* dengan lanskap bisnis melalui *online* dan *offline* diperlukan perusahaan sebagai strategi bersaing. *Connect* yang dilakukan secara *offline* dan *online* harus sama-sama optimal, tidak dapat berdiri sendiri-sendiri. Horizontalisasi pemasaran berbasis *online* dan *offline* barangkali cocok untuk produk-produk yang eksklusif, belum dapat diterapkan secara optimal pada UMKM di Kota Blitar karena kendala secara *online*. Implementasi horizontalisasi pemasaran pada usaha mikro Batik Balitar, usaha mikro Kaos Tjap Djaloje, dan usaha mikro EMC di Kota Blitar belum optimal. Hal tersebut dikarenakan meskipun informan sudah *connect* secara *offline* dengan lanskap bisnis, namun *connect* secara *online* belum dilakukan secara optimal. Secara *online*, pelaku UMKM belum *connect* secara optimal karena adanya beberapa kendala, yaitu keterbatasan sumber daya manusia, karakteristik produk, serta tidak semua masyarakat atau konsumen memahami internet. Implementasi horizontalisasi pemasarannya kurang optimal juga dilihat dari transaksi penjualan yang terjadi. Menurut ketiga informan, *online marketing* hanya berfungsi untuk memperluas pasar, namun untuk penjualan dan pembelian langsung oleh konsumen masih lebih efektif melalui pameran ataupun pembelian langsung di gerai usaha. Internet dalam penelitian ini hanya berfungsi untuk memperluas pasar. Horizontalisasi pemasaran ini dapat optimal ketika perusahaan *connect* secara *online* dan *offline* dengan 4C (*company, customer, competitor, change*) lanskap bisnis. Pelaku usaha UMKM dituntut untuk lebih aktif menggali informasi mengenai *company, customer, competitor, dan change* secara *online*. Hal tersebut dimaksudkan agar pelaku usaha dapat lebih mudah menganalisis apa yang diinginkan oleh pasar secara luas, sehingga dengan demikian dapat membuat suatu strategi yang tepat dan mampu menguasai pasar secara luas. Hal tersebut dapat dicapai apabila pelaku usaha memiliki cukup kemampuan dalam mengoperasikan internet dan aktif *connect* dengan 4C lanskap bisnis secara *online* dan *offline*, sehingga pelaku usaha harus lebih belajar mengoperasikan internet.

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi Horizontalisasi Pemasaran pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Online dan Offline Di Kota Blitar“. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Dr. Sasongko, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik;
3. Drs. Poerwanto, MA, selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
4. Dr. Edy Wahyudi, S.Sos, M.M, selaku dosen pembimbing pertama atas pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini;
5. Drs. Didik Eko Julianto, M.AB, selaku dosen pembimbing dua yang juga memberikan pengarahan, dan bimbingan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini;
6. Dra. Dwi Windradini BP, M.Si, selaku dosen pembimbing akademik yang memberikan pengarahan dan bimbingan selama menjadi mahasiswa;

7. Drs Fathorrahman, Endar Herawati, Agus Sulistyorini,S.Sos, Suwarni, selaku Kabid dan semua pegawai Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Blitar yang telah membantu meluangkan waktu untuk memberikan informasi terkait penelitian;
8. Drs. Budiyo, Damanhuri,S.Pd.,MM, Siti Mutmainah SE, Ibu Kholifah, Hani'ah, Setyawati, selaku Kabid dan semua pegawai Dinas Koperasi dan UKM Kota Blitar yang telah membantu meluangkan waktu untuk memberikan informasi terkait penelitian;
9. Bapak Nanang Pramadi, Ibu Endang, Bapak Dodik, Bapak Dani, Mbak Ulfa, Ibu Harsiyah, Ibu Setjaningsih, Frida Aris Susanto, selaku pemilik usaha, semua karyawan, dan konsumen yang meluangkan waktu tanpa mengenal lelah dalam memberikan informasi terkait penelitian;
10. rekan-rekan senasib dan seperjuangan di Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember angkatan 2008 atas kekompakan dan kebersamaan selama kurang lebih 4 tahun;
11. semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 15 Juni 2012

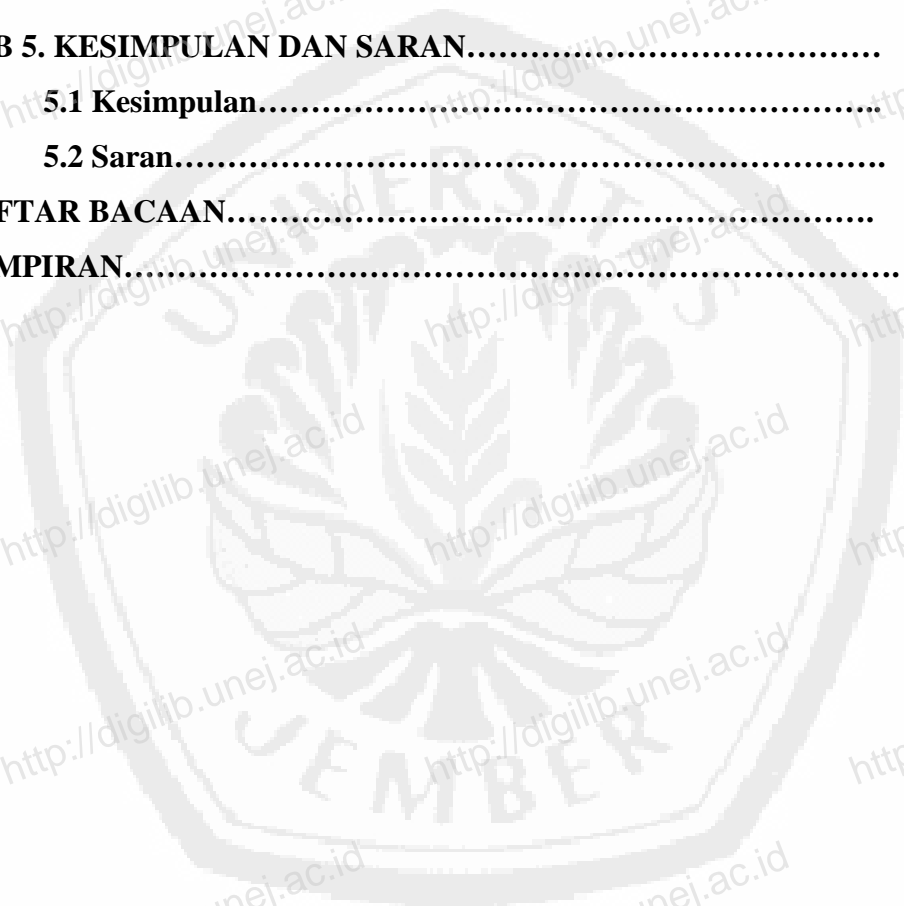
Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN MOTO.....	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.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Pemasaran.....	9
2.2 <i>New Wave Marketing</i>.....	11
2.3 Horizontalisasi Pemasaran.....	14
2.4 5C Lanskap Bisnis Dalam Horizontalisasi Pemasaran....	16
2.4.1 <i>Company</i>	16
2.4.2 <i>Customer</i>	19

2.4.3 <i>Competitor</i>	21
2.4.4 <i>Change</i>	23
2.4.5 <i>Connect</i> atau konektor.....	27
2.5 UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah).....	33
2.6 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	39
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Tipe Penelitian.....	40
3.2 Tahap Persiapan.....	40
3.3 Tahap Pengumpulan Data.....	46
3.4 Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data.....	47
3.5 Tahap Analisis Data.....	47
3.6 Tahap Penarikan Kesimpulan.....	50
3.7 Alur Roadmap Peneliti.....	51
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	52
4.1.1 Usaha Mikro Batik Balitar.....	52
a. Keadaan Fisik usaha.....	52
b. Keadaan non fisik usaha.....	52
4.1.2 Usaha Mikro Kaos Tjap Djaloe.....	54
a. Keadaan fisik usaha.....	54
b. Keadaan non fisik usaha.....	55
4.1.3 Usaha Mikro EMC.....	57
a. Keadaan fisik usaha.....	57
b. Keadaan non fisik usaha.....	57
4.2 Pembahasan.....	59
4.2.1 Analisis taksonomi Usaha Mikro Batik Balitar.....	59
4.2.2 Analisis taksonomi Usaha Mikro Kaos Tjap Djaloe.....	72
4.2.3 Analisis taksonomi Usaha Mikro EMC.....	83

4.3 Interpretasi Data.....	91
4.3.1 Horizontalisasi Pemasaran Usaha Mikro Batik Balitar...	91
4.3.2 Horizontalisasi Pemasaran Usaha Mikro Kaos Tjap Djaloe	93
4.3.3 Horizontalisasi Pemasaran Usaha Mikro EMC.....	96
4.3.4 Peran Pemerintah Terhadap UMKM.....	97
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	100
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Saran.....	101
DAFTAR BACAAN.....	102
LAMPIRAN.....	106



DAFTAR TABEL

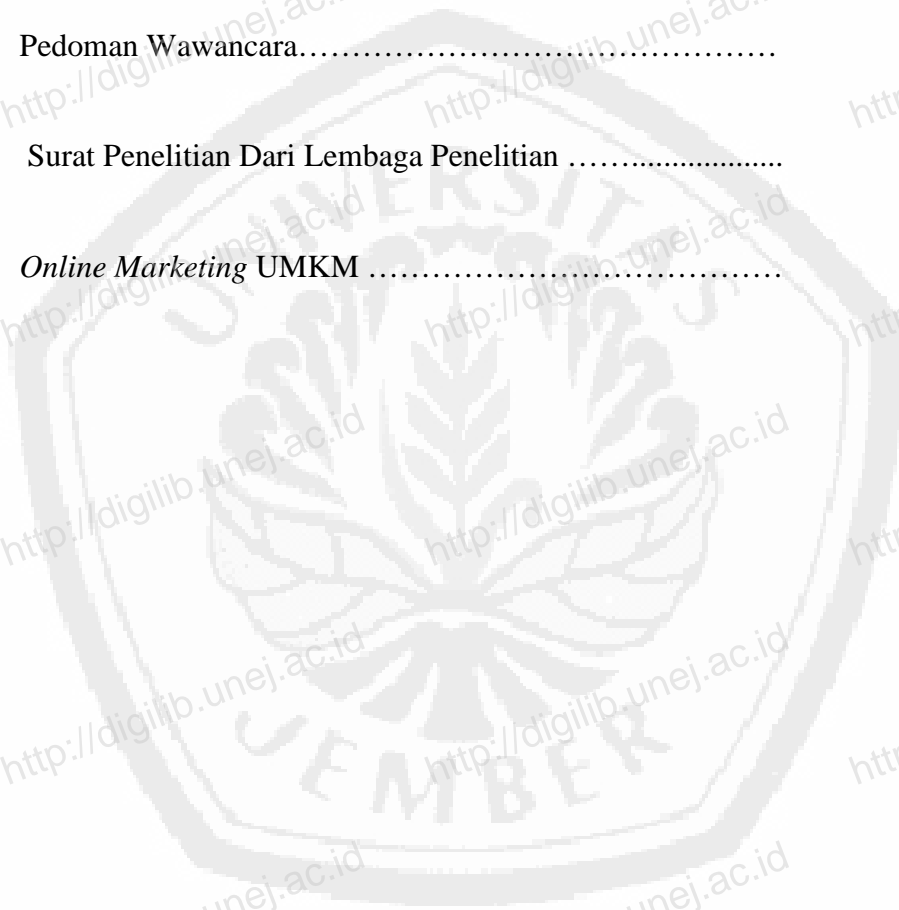
	Halaman
1.2 Nama Perusahaan berbasis online dan offline	6
2.1 Perbandingan antara <i>Marketing</i> 1.0, 2.0, dan 3.0	11
2.2 Perbandingan antara era <i>legacy</i> dan <i>new wave marketing</i>	13
2.3 Jenis Usaha Berdasarkan Omzet	38
2.4 Jenis Usaha Berdasarkan jumlah Tenaga Kerja	39
2.5 Perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang.....	39
3.1 Model Analisis Domain	48
3.2 Model Analisis Taksonomi.....	49

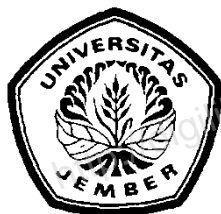
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Horizontalisasi Pemasaran	15
2.2 Model MES	28
2.3 Traditional <i>one-to-many mass marketing communication</i>	32
2.4 <i>one-to-one internet -based communication</i>	32
2.5 <i>Many-to-many communications via internet medium</i>	32
4.1 Produk Batik Balitar.....	63
4.2 Produk Kaos Tjap Djaloé.....	75
4.3 Komunikasi konsumen dengan pihak Kaos Tjap Djaloé di situs jejaring sosial <i>facebook</i>	79
4.4 Produk sambel pecel EMC.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. Nama Perusahaan dan Jenis Produk	106
B. Pedoman Wawancara.....	111
C. Surat Penelitian Dari Lembaga Penelitian	118
D. <i>Online Marketing</i> UMKM	125





**IMPLEMENTASI HORIZONTALISASI PEMASARAN PADA
USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) BERBASIS
ONLINE DAN OFFLINE DI KOTA BLITAR**

*The Implementation of Marketing Horizontalization On Small Medium Enterprises
(SMEs) Based Online and Offline In Blitar City*

SKRIPSI

Oleh

Miko Maya Dwi

NIM 080910202015

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS

JURUSAN ILMU ADMINISTRASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS JEMBER

2012