

KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU ROTI GANEP

(Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Pemasaran Terpadu
Perusahaan Roti Ganep Solo)

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Guna Mencapai Derajat Sarjana S-1

Ilmu Komunikasi



HABIB GHUFRON KHOIRONI

L 1000 80 150

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2013

LEMBAR PERSETUJUAN

KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU ROTI GANEP

(Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Pemasaran Terpadu
Perusahaan Roti Ganep Solo)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

HABIB GHUFRON KHOIRONI

L 1000 80 150

Disetujui Untuk Dipertahankan di Hadapan

Dewan Penguji Skripsi Sarjana S-1

Menyetujui

Pembimbing 1



Dian Purworini, S Sos, M.M

Pembimbing II



M. Toharudin, SPd M.A

PENGESAHAN

KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU ROTI GANEP

(Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Pemasaran Terpadu
Perusahaan Roti Ganep Solo)

HABIB GHUFRON KHOIRONI

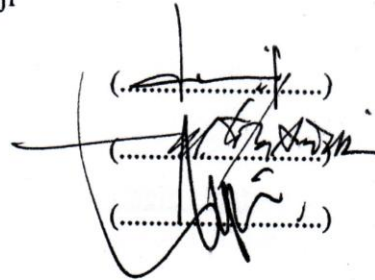
L 1000 80 150

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada
Hari, tanggal : Senin, 21 Januari 2013
Dan telah dinyatakan memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

1. Dian Purworini, S.Sos, MM
2. M. Toharudin, S.Pd, MA
3. Palupi, MA

(.....)
(.....)
(.....)



Surakarta, 12 Februari 2013

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Komunikasi dan Informatika

Dekan



Husni Tamrin, Ph.D

NIK. 706



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata kelak di kemudian hari terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya bertanggung jawab sepenuhnya dan bersedia menerima sanksi yang diberikan.

Surakarta, 20 Desember 2012

Tanda Tangan



Habib Ghufron

L 1000 80 150

MOTTO

Selama Allah masih mengizinkan bumi terus berputar
tak ada kata menyerah dalam mengejar
semua mimpi dan impianku

Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah
keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah
keadaan yang ada pada diri mereka sendiri
(Qs. Ar-Ra'd : 6 ayat 11)

Man Jadda Wa Jadda
(Siapa berusaha pasti akan berhasil)

PERSEMBAHAN

Persembahan karya saya untuk:

- Bapak dan Ibu yang sudah memberikan curahan kasih sayang, do'a, dan sesuatu yang tidak ternilai harganya.
- Guru-guru yang sangat berjasa dalam mendidik untuk menjadi manusia yang taat, berakhlak dan berbudi pekerti.
- Santriwan dan santriwati dari Pondok Achmad Maryam Solo yang telah memberikan do'a, semangat dan motivasi.
- Teman-temanseperjuangan Komunikasi 08', semoga kita menjadi Intelektual Muda yang berakhlak dan bermoral.
- Hilya Malihah Nur Himati terima kasih atas motivasi spiritualnya yang membuat saya selalu berada di jalan yang lurus.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya serta karuniaNya kepada kita semua. Serta sholawat dan salam kami haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya semoga kita mendapat syafaat di zaumul akhir.

Penulis akhirnya menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya baik dalam bentuk ucapan maupun tulisan atas terselesainya skripsi ini yang pertama:

1. Allah SWT yang selalu mendengarkan dan mengabulkan hajat penulis.
2. BapakDr. Husni Thamrin Phd, selaku Dekan Fakultas Komunikasi dan Informatika.
3. Ibu Rinasari Kusuma, M. Sos, selaku Ketua Program Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Ibu Dian Purworini, S. Sos, M.M, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya, memberikan bimbingan dan saran yang sangat bermanfaat.
5. Bp M Toharuddin SPd, M.A dosen pembimbing yang sudah memberikan saran dan kritik atas terselesaikanya skripsi ini.
6. Segenap dosen dan karyawan Prodi Ilmu Komunikasi yang telah membantu dalam kegiatan perkuliahan selama ini.
7. Kepada guru-guru saya Ustad Ahmad Hafidhin, Al Habib Syech Assegaf, Al Habib Noval Alaydrus, dan guru lainnya.
8. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan do'a serta curahan kasih sayang.
9. Semua rekan-rekan seperjuangan Ilmu Komunikasi 08 Universitas Muhammadiyah Surakarta.

10. Santriwan dan santriwati dari Pondok Achmad Maryam Solo yang telah memberikan motivasi spiritual.
11. Hilya Malihah Nur Himati yang selalu menemani dan memberikan motivasi spiritual dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Rekan-rekan dari Indo ManUnited Solo dan Manchunian Fans and Player ManUnited yang memberikan semangat merah dalam memotivasi penulis selama ini.
13. Semua pihak yang tidak mungkin disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, masih banyak kekurangan dan kelemahan, maka dari itu kritik dan saran yang membangun penulis harapkan. Semoga penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis secara khusus dan bagi pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, 20 Desember 2012

DAFTAR ISI

Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Abstrak	xiii

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Tinjauan Pustaka	8
1. Pengertian Komunikasi	9
2. Pengertian Komunikasi Pemasaran	10
3. Pengertian IMC	13
4. Pengertian Terpadu	19
5. Kerangka Pemikiran	20
6. Metodologi Penelitian	22
A. Metode Penelitian	22
B. Tempat Penelitian	23
C. Jenis Penelitian	23
D. Sumber Data	24

E. Data Informan	26
F. Teknik Pengumpulan Data	29
G. Teknik Sampling	31
H. Validitas Data	31
I. Teknik Analisis Data	32

BAB II. DESKRIPSI LOKASI

A. Gambaran Umum	34
B. Bagan Struktur Organisasi Ganep	37

BAB III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Roti Ganep	40
B. Analisis SWOT	44
C. Strategi Dalam Menghadapi Persaingan	45
A. Promosi Penjualan	50
B. Iklan	53
C. Penjualan Personal	54
D. Pemasaran Langsung	55
E. Humas	56
E. Temuan Studi	58

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	61
B. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Produksi Ganep Tahun 2007-2011	4
Tabel 1.2	Kerangka Umum Komunikasi Pemasaran	16

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Unsur-unsur dalam proses komunikasi	10
Gambar 1.2 Model sederhana proses pemasaran	13
Gambar 1.3 Teknik triangulasi data.....	28
Gambar 1.4 Teknik analisis data.....	29
Gambar 1.5 Produk roti kering Ganep	39
Gambar 1.6 Produk roti basah Ganep	40
Gambar 1.7 Aneka jajanan pasar	41
Gambar 1.8 Produk oleh-oleh khas daerah	41
Gambar 1.9 Proses Keputusan Pembelian Konsumen	42
Gambar 2.0 Kegiatan-Kegiatan Toko Ganep.....	46
Gambar 2.1 Bagian depan Toko Ganep Solo.....	72
Gambar 2.2 Pintu Masuk Toko Ganep Solo	72
Gambar 2.3 Suasana wawancara dengan Manager Marketing Ganep.....	73
Gambar 2.4 Iklan di media internet	73
Gambar 2.5 Produk-Produk dari Ganep.....	74

ABSTRAK

Habib Ghufron Khoironi, L 1000 80 150, Komunikasi Pemasaran Terpadu Roti Ganep (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Pemasaran Terpadu Perusahaan Roti Ganep Solo). Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Dan Teknik Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2013.

Industri makanan ringan saat menjadi potensi bisnis yang menguntungkan. Perusahaan Roti Ganep sendiri merupakan perusahaan yang sudah puluhan tahun menjadi produsen roti di kota Solo. Kegiatan komunikasi yang dilakukan Ganep dalam rangka mempromosikan serta menjaga pangsa pasar khususnya di kota Solo Misalnya penjualan personal (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), humas (*public relations*), media internet melalui website dan *direct marketing*. Komunikasi pemasaran terpadu adalah bagaimana suatu keterpaduan dari komunikasi yang erat kaitanya dengan komunikasi.

Untuk itu dalam menganalisisnya digunakan studi deskriptif, peneliti bertindak sebagai pengamat, hanya membuat kategori perilaku, mengamati gejala dan mencatatnya dalam observasinya. Sedangkan menggunakan metode kualitatif, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang belum ada teorinya sehingga peneliti harus berusaha menemukan teori tersebut. Di mana dalam setiap bidang-bidang dalam komunikasi pemasaran terpadu merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan Ganep saat ini.

Kesimpulan yang dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa strategi komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan oleh Perusahaan Ganep selama ini bisa dikatakan berjalan dengan lancar. Strategi pemasaran yang dilakukan pihak manajemen dalam mempromosikan produk dari Ganep dengan menerapkan komunikasi pemasaran terpadu mampu bersaing dengan perusahaan lain. Selain itu Ganep meluncurkan website di *rotiganep.com*. Menurut perusahaan hal tersebut dinilai berhasil mengingat jumlah konsumen yang mengalami peningkatan.

Kata Kunci: Penerapan Komunikasi Pemasaran Terpadu Perusahaan Roti Ganep.