

**PERANAN BAURAN PEMASARAN DALAM
PENJUALAN KALIGRAFI
(STUDI PADA AFANDI GALERY JEPARA)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Di susun oleh:

M. ULIN NUHA

NIM 131110000704

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM NAHDLATUL ULAMA'
(UNISNU) JEPARA
2016**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERANAN BAURAN PEMASARAN DALAM PENJUALAN KALIGRAFI
(STUDI PADA AFANDI GALERY JEPARA)**

Skripsi ini telah disetujui pembimbing dan siap untuk dipertahankan
dihadapan tim penguji skripsi program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

NAMA : M. ULIN NUHA
NIM : 131110000704
Program Studi : Manajemen

Disetujui Oleh pembimbing

Pembimbing I



ANNA WIDIASTUTI, S.E, M.Si

Tgl. 01 Februari 2016

Pembimbing II



HADI ISMANTO, S.E, M.M.

Tgl. 1 - 2 - 2016

HALAMAN PENGESAHAN

**PERANAN BAURAN PEMASARAN DALAM PENJUALAN KALIGRAFI
(STUDI PADA AFANDI GALERY JEPARA)**

Nama Penyusun : M. ULIN NUHA
NIM : 131110000704
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan penguji
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.

Pada hari Senin, 28 Maret 2016

Penguji I


Much. Imron S.E., MM
NIY. 1 650802 97 011

Penguji II


Nurul Komaryatin S.E., M.SI.
NIY. 1 701015 97 013

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen




Hadi Ismanto, SE., MM.

NIY. 1 801229 11 075

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka merubah keadaan diri mereka sendiri.” (QS. Ar-Ra’d:11)

“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar “ (QS. 2: 153).

“Ilmu itu lebih baik dari pada harta Ilmu akan menjaga kita, tapi kita yang akan menjaga hartaHarta berkurang jika dibagikan, tapi ilmu semakin bertambah jika dibagikan.”

(Kholifah Sayyidina Ali bin Abi Tholib)

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dari Program S-1 jurusan Manajemen seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar Strata 1 (S1) dari Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara maupun dari perguruan tinggi lain.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam Skripsi yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi berjudul: **“Peranan Bauran Pemasaran Dalam Penjualan Kaligrafi”**
2. Saya juga mengakui bahwa hasil karya akhir ini, dapat diselesaikan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari pembimbing saya yaitu:
 - a. ANNA WIDIASTUTI, S.E., M.Si
 - b. HADI ISMANTO ,S.E, M.M.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima **PENCABUTAN GELAR AKADEMIK** yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.



ra, 20 Maret 2015

M. ULIN NUHA

NIM. 131110000704

ABSTRAKSI

Dunia bisnis yang berkembang di Indonesia semakin berat dalam posisi sebagai industri dan pengusaha dalam menghadapi pesaing industri lainnya. Akan tetapi bisa menjadi kesempatan menarik bagi pengusaha jika dalam memproduksi dan mempromosikan barang, sebuah industri dapat menggunakan strategi yang tepat. Strategi yang tepat sudah seharusnya dimiliki pengusaha dalam menghadapi persaingan usaha. Dalam pemasaran dikenal banyak strategi yang dapat digunakan untuk memasarkan produk yang dihasilkan sebuah perusahaan, salah satunya adalah *marketing mix* atau bauran pemasaran yang terdiri dari *product, place, promotion, and price* sebagai alat-alat pemasarannya. Perhatian produsen dalam menggunakan strategi yang tepat akan membawa pengaruh terhadap penjualan yang dimiliki oleh perusahaan ini. Berdasarkan latar belakang diatas maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah, peranan bauran pemasaran pada usaha kaligrafi Afandi Galery dalam penjualan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. penelitian ini dilakukan secara bertahap dengan menggunakan langkah-langkah editing, classifying, dan verifying.

Setelah melalui tahap pengumpulan dan analisis data temuan penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut: Pertama, bahwa dalam penjualan, usaha Afandi Galery di Desa Kawak Pakis Aji Jepara telah menerapkan strategi bauran pemasaran. Hal ini berdasarkan pada unsur-unsur 4P dalam bauran pemasaran yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*) yang telah berperan pada Afandi Galery di desa Kawak Pakis Aji Jepara. Unsur-unsur dalam 4P yang sudah diterapkan adalah: Produk (kualitas produk, desain, nama merek, kemasan, ukuran, garansi, Pelayanan pendukung produk), Harga (penetapan harga dan diskon), Promosi (menggunakan cara pemasaran langsung kepada pelanggan periklanan, pameran, dan *sales marketing*), Distribusi (distribusi satu perantara). Maksudnya adalah produsen hanya menjadi penyedia barang produksi bagi agen dan outlet penjual handicraft.

Kata Kunci: Produk, Harga, Promosi, Dan Tempat

ABSTRACT

The world's growing business in Indonesia has become harder in the position as the industry and employers in dealing with other industry competitors. But it can be an attractive opportunity for entrepreneurs if in producing and promoting goods, an industry can use the right strategy. Strategies and appropriate consideration should be owned employers in the face of competition. In many known marketing strategies that can be used to market the products of a company, one of which is the marketing mix or marketing mix consisting of product, place, promotion, and price as a means of marketing. Caution manufacturers in using the right strategies will take effect on sales which is owned by this company. Based on the above background, which is the focus of this research is the role of the marketing mix in the business calligraphy Afandi Gallery in sales.

This type of research is a qualitative study using interviews, observation, and documentation. This research is done gradually by using the steps of editing, classifying, and verifying.

After going through the stages of data collection and analysis of research findings can be summarized as follows: First, that in sales, business Afandi Gallery in Desa Pakis Aji Kawak Jepara has implemented the marketing mix. It is based on the elements of the marketing mix 4P is product (product), price (price), where (place), promotion (promotion) which has been instrumental in the Gallery in the village Afandi Kawak Pakis Aji Jepara. Elements in the 4P already applied are: Product (product quality, design, brand name, packaging, size, warranty, support services products), price (pricing and discounts), promotion (using means of direct marketing to customers advertising, exhibition and sales marketing), distribution (distribution of the intermediary). That is the only manufacturer into a provider of goods production for agents and sellers outlet handicraft.

Keywords: Product, Price, Promotion, And Place

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas bimbingan, rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan laporan skripsi. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara. Laporan skripsi ini berisi tentang **“Peranan Bauran Pemasaran Dalam penjualan Kaligrafi (Studi Pada Afandi Galery Jepara)”**.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dalam menyelesaikan Laporan skripsi ini, terutama kepada:

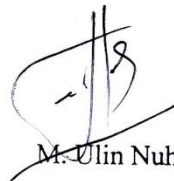
1. Bapak Prof. Dr. H. Muhtarom, HM. Selaku Rektor Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
2. Bapak Much. Imron, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
3. Bapak Hadi Ismanto, S.E, M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen FEB
4. ANNA WIDIASTUTI, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing 1 yang telah mencurahkan perhatian dan tenaga serta dorongan kepada penulis hingga selesainya skripsi ini.
5. HADI ISMANTO ,S.E, M.M.,selaku dosen pembimbing 2 yang telah membantu dan memberikan saran-saran serta perhatian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen program S1 Reguler 1 dan 2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara yang telah mendidik dan membekali ilmu pengetahuan.
7. Seluruh staf TU, pegawai perpustakaan, dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara yang telah banyak memberikan bantuannya selama masa study.
8. Seluruh karyawan Afandi Galery yang telah membantu dan memberikan kesempatan untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
9. Bapak dan ibu tercinta yang telah memberikan doa dan restu serta dorongan baik material maupun spiritual, sehingga penulis dapat menuntut ilmu yang bermanfaat.
10. Seluruh sahabat yang saya cintai khususnya Jeni, Koko, Sairi, Irul (5 kilo meter)
11. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Penulis mengharap kritik dan saran yang membangun sebagai bahan pertimbangan di masa mendatang. Terima kasih.

Jepara, Maret 2015

Penulis



M. Ulin Nuha

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Ruang Lingkup	Error! Bookmark not defined.
1.3. Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.4. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5.1. Manfaat Teoritik.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.2. Manfaat Praktikal.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.3. Manfaat Organisasional	Error! Bookmark not defined.
1.6. Sistematika Penulisan	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1. Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
2.1.1. Pengertian Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.3. Pengertian Strategi Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.4. Bauran Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.5. Pengertian penjualan	Error! Bookmark not defined.
2.2. Hasil Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.

2.3.	Kerangka Pemikiran Teoritis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN		Error! Bookmark not defined.
3.1.	Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2.	Subyek dan Informan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.1.	Subyek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2.	Informan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3.	Fokus Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.4.	Jenis Dan Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.1.	Data Primer	Error! Bookmark not defined.
3.4.2.	Data Sekunder.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.	Teknik Pengumpulan Data dan Metode Pengolahan Data...	Error! Bookmark not defined.
3.5.1.	Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.2.	Metode Pengolahan Data	Error! Bookmark not defined.
3.6.	Metode Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.7.	Uji keabsahan Data	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		Error! Bookmark not defined.
4.1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.	Sejarah Singkat Obyek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2.	Lokasi Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3.	Struktur Organisasi Perusahaan Afandi Galery	Error! Bookmark not defined.
4.2.	Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1.	Peranan Bauran Pemasaran Pada Perusahaan Afandi Galery	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		76
5.1.	Kesimpulan	76
5.2.	Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....		78
LAMPIRAN- LAMPIRAN.....		80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Pengusaha Kaligrafi Di Jepara	3
Tabel 1.2. Data Penjualan Afandi Galery	5
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	40
Tabel 4.1. Macam Dan Harga Kaligrafi	64
Tabel 4.2. Ringkasan Hasil Penelitian	71

DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar 4.1. Struktur Organisasi Afandi Galery, 2015</u>	54
<u>Gambar 4.2. Saluran Distribusi Pemasaran Afandi Galery</u>	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Script Interview

Lampiran 2. Gambar No 1 Kayu Bagus, Kerapian Mengukir Dan Finishing

Gambar No 2 Proses Mengukir

Gambar No 3 Kemasan Produk

Gambar No 4 Proses Membuat Kemasan

Gambar No 5 Merek Afandi Galery

Gambar No 6 Wawancara Manajer Pemasaran

Gambar No 7 Wawancara Pemilik Usaha

Gambar No 8 Wawancara Dengan Konsumen

Gambar No 9 Tempat Produksi Kaligrafi

Gambar No 10 Katalog Produk Kaligrafi

Lampiran 3. Pernyataan Hasil Penelitian Lapangan

