

**STRATEGI PROMOSI “BATIK PESISIR” DALAM MENINGKATKAN
PANGSA PASAR PECINTA BATIK PEKALONGAN**

(Studi Deskriptif Tentang Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar
Pecinta Batik Pada PT. Batik Pesisir Tahun 2008)

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh :

ABDUL HUDA

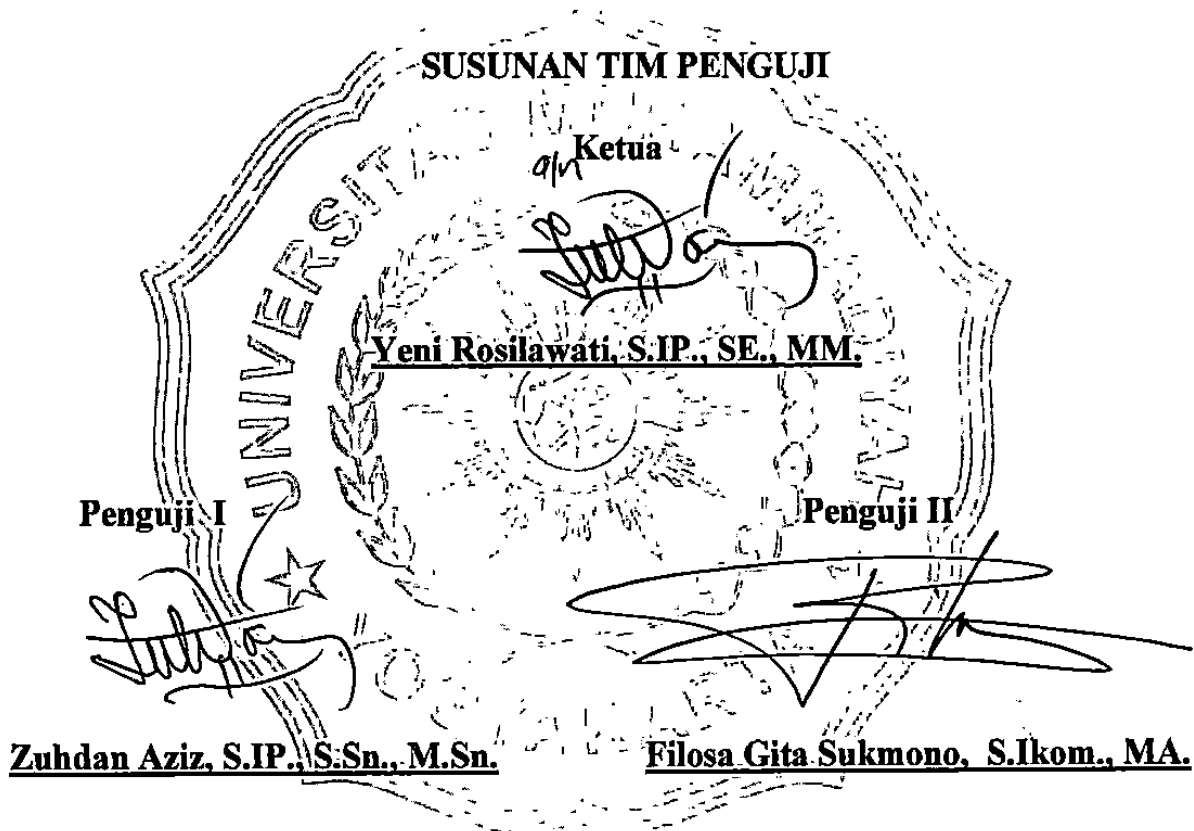
20010530223

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2012**

SKRIPSI

Telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 5 Juli 2012
Tempat : Ruang Negosiasi Ilmu Komunikasi
Dengan Nilai :

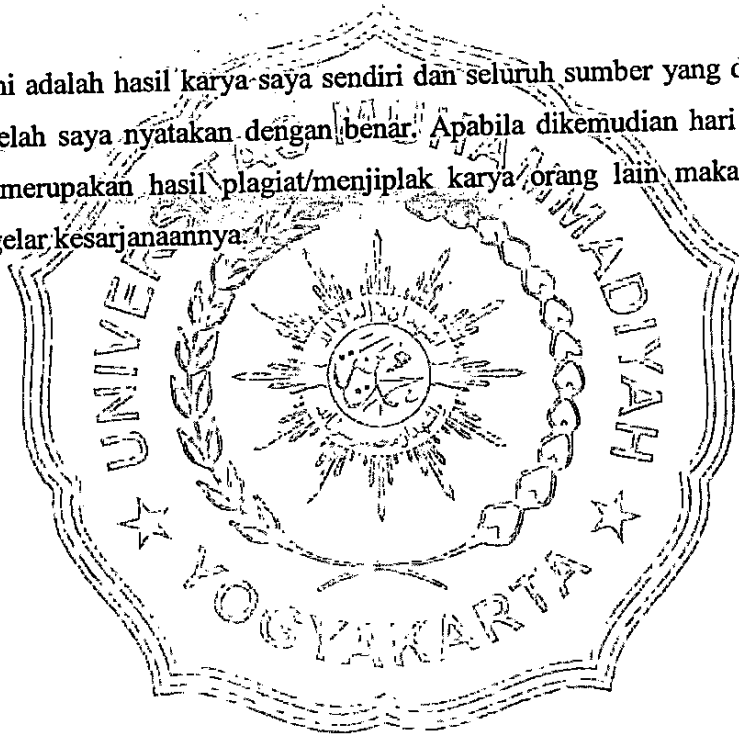


Skripsi ini telah di terima sebagai salah satu
persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S-I)
Tanggal :



HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.



Abdul Huda

MOTTO

Sesungguhnya hanyalah kepada ALLAH aku mengadakan kesusahan dan kesedihan, dan aku mengetahui dari ALLAH apa yang kamu tidak mengrtahuinya

(Q.S. Yusuf : 86).

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai

(dari satu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan

hanya kepada Tuhanlah hendaknya kamu berharap

(Q.S. alam Nasyrah : 6-8).

Sesungguhnya jika kamu bersyukur, pasti kami menambah (ni'mat) kepadamu

(Q,S. Ibrahim : 7)

ALLAh akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang

yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat

(Q.S. Al-Mujaadilah : 11)

Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu dan sesungguhnya yang demikian

THANKS TO:

Ya Rabb..Ya Rahman Ya Rohim.. syukur Alhamdulillah atas apa yang ENGKAU berikan pada hamba dan Syukur Alhamdulillah ENGKAU juga telah mengijinkan hamba mendapatkan gelar sejana S1 Ilmu Komunikasi

Sholawat serta puji bagi Nabi Muhammad SAW beserta istri dan para sahabat-sahabat Rosul : *Allahumma shallii 'alaa sayyidinaa Muhammad wa 'alaa aali sayyidinaa Muhammad*

Allahu laa ilaaha huwal hayyul qayyummu, laa ta'khudzuhu sinatuw walaa naum. Lahuu maa fissaawaati wa maa fil ardhi. Man dzal ladzii yasyfa'u 'iddahuu illa bi idznihi. Ya lamu maa baina aidiihim wamaa khalafahum walaa yukhiithuuna bisyai-in min 'ilmihii illa bimaa syaa-a wasi'a kursiyyunus samaawaati wal ardha walaa ya-uuduhuu hifzhuhumaa wahuwal 'aliyyul 'azhiim.

Keluargaku :

Ayahanda ABDUL HARIS bin MOAN semoga engkau tenang disana disisi ALLAH SWT dan di ringankannya siksa kuburnya "*Rabbighfir lii waliwaa lidayya warhamhumaa kamaa rabbayaanii shaghira*" & Ibunda Hj. HURANINGSIH yang luar biasa hebatnya, kesabaran dan kekuatanmu dalam hidup begitu besar (jasamu takkan terbalaskan).

Kakaku Mardiana (makasih do'anya, yang sabar dan sholat, berlalu ambil hikmahnya buatlah hidup berguna dan berbakti terhadap orang tua).

Adikku Ahmad Riskiyanto/Encik (kamu luar biasa, begitu tabah, sabar, kamu lebih dewasa dalam hidup walau adik ku, kamu adalah adik juga seperti bapak. Adikku Nabilla Happy Kurnia (yang paling imoet dan gemesin, sekolah yang rajin banyak membaca, kurangi nonton tv nya. Cium nok muachhhh, pipi satunya juga muaccchhh).

Sayang kalian semua

Keluarga di Jogja :

Bapak Banar Endra beserta ibu.

Widuri istriku tersayang, terima kasih sudah sabar menunggu walau lamaaaa sekali, doa serta semangat dan juga doronganmu sangat luar biasa sampe tidak ada kata yang ku buat untuk membentuk kalimat ini tertulis dengan mudah, aku harus terdiam baru bisa menulis. Semoga ALLAH merestui dan meridhoi keluarga kita BISMILLAH Namine Jenarindu Anakita (putriku) Ayahud sayaaang

Temen2 IK-C 2001:

Akhirnya aku lulus juga, walau lamaaaaa kelarnya, makasih sudah menyamangatiku., Dion (dionstar nuwun atas tawa candanya kapan2 kita nongkrong lagi yach, asal bojo mu ojo melu nongkrong), Imam budaya (salam go bu Arita, semoga cepet di beri momongan bos, nuwun obrolan2 ne boss, ledekanmu adalah motivasi tapi sajunganmu masih tetep terror), Dani artis (walau hanya terkenal di kecamatannya

(selalu ditunggu guyonanmu mas S2), alfat, adit, ipung, lalita, puri, maya, tresia dan temen IK C 2001 semuanya, (suwun atas persaudaraan kalian), temen2 IK-C '01 yang dah lulus (thank's doanya serta motivasinya) dan temen IK '01 yang belum lulus..cepat di garap skripsine...(hernawan buto, tommy, opick pakem, angkasa, willy, jaya, ipras, ira).

Pertanian UMY 2008 dan kos Graha dieng:

Bapak poniman dan ibu Endang,
Adik-adik ku kos : terima kasih buat kaliah semua sudah banyak berbagi. Semuanya, diluluske kuliah e ora dolanan bae (Wira, Hendrik, Risyah, Ilham, Dani, Herald, Muktadir, Rouf, Wisnu, Teguh, Diman, Eka, Adib, Jajang, Adam).

Dosen dan Karyawan IK :

Ibu Yeni..(makasih dah jadi pembimbingku, sudah sabar menunggu hingga 7 tahun tetep wae masih bantu makasih sekali ibu, Banyak hal yang kudapat selama bimbingan), Mas Aswad (makasih, motivasi dan bantuannya selama ini), mas Zuhdan dan Filosa (nuwun pendadarannya dan telah menjadi penguji dan motivasinya), Zein (suwun ya obrolan ne, disit kanca kuliah siki dadi dosenne), Pak Jono TU (makasih bantuannya..maaf selalu ngerepoti), mbak siti penunggu ruang dosen (makasih mbak kertasnya dan info2nya), pak Yuni perpus (maaf..sering sedikit ngisruh diperpus) dan Dosen2 IK UMY (makasih pemberian ilmunya selama di IK UMY)

Temen-temen lintas : thanks dukungan+do'anya

Anak-anak toko Goodmood (rio, fredy, dll) dan affairsyk store (krista, aji dll) kapan ak di ajak surfing ke Pacitan.
Jago Biru (Fandi, wisnu bento, Mario, Ery, Farid festivalis) ayo vespa dan sukses.
Otonk+denok (suwun cerita dan doanya).

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat dan salam senantiasa penulis curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, nabi penutup segala nabi hingga akhir jaman.

Penyusunan skripsi ini merupakan syarat untuk meraih Strata 1 (S1) Jurusan Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Kerja keras, ketekunan dan dengan iringan do'a menjadi faktor penentu penulis dalam menyelesaikan karya ini.

Keberhasilan tidak akan ada tanpa dukungan dari semua pihak yang ikut membantu dalam menyusun skripsi ini. Untuk itu penulis ingin mengucapkan trimakasih kepada:

1. Bapak Haryadi Arief, S.IP. M.Sc selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi. Terima kasih bapak telah meluangkan waktu dalam urusan tanda tangan selama proses pengerjaan skripsi.
2. Yeni Rosilawati, S.IP., SE., MM. selaku Dosen Pembimbing, yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Zuhdan Aziz, S.IP, S. Sn, M.Sn dan Bapak Filosa, S.Ikom, MA selaku dan Dosen Penguji, terima kasih bu dan pak, telah "mendadar" penulis.
4. Semua Dosen-dosen Komunikasi UMY, terima kasih Bu dan Pak atas ilmu yang telah diberikan pada saya sampai bisa menyelesaikan kuliah. Itu semua sangat

5. Bapak Mujono dan Mbak Siti, terima kasih atas semua informasi yang berkaitan dengan jurusan Ilmu Komunikasi dan direpotkan dengan pertanyaan-pertanyaan penulis selama bimbingan skripsi. Semua karyawan Perpustakaan UMY, TU dan pengajaran tanpa anda semua skripsi dan kuliah saya tidak akan berjalan dengan lancar.
6. Para informan yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini, terima kasih kerja samanya.
7. Kedua orang tuaku Ayah dan Ibuku: Bpk. Abdul Haris Alm, dan Ibu. Hj. Huryaningsih, serta kakakku Mardiana, Adikku, Ahmad riskiyanto dan Nabilla Happy Kurnia yang selalu memberikan doa, nasehat serta dukungan dan kesabarannya.
8. Widuri istriku terima kasih yang tak terhingga atas putri kita Namine Jenarindu Anakita.
9. Teman-teman IK ' 2001, kelas C terima kasih atas canda tawa, aku tidak akan lupakan kalian. Sahabat-sahabatku terima kasih banyak atas semangatnya.

Kepada semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini,

... .. Dan dia mohon maaf jika laporan ini masih

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Kerangka Teori.....	11
E.1. Strategi Promosi.....	11
E.1.1.Pengertian Strategi.....	11
E.1.2. Pengertian Promosi.....	13
E.1.3. Tujuan Promosi.....	14

E. 2.1. Periklanan (<i>Advertising</i>).....	17
E.2.2. Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>).....	23
E.2.3. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	25
E.2.4. Hubungan masyarakat (<i>Public Relation</i>) dan publikasi.....	26
E.2.5. Pemasaran langsung (<i>Direct Marketing</i>).....	30
E.2.6. Internet.....	32
F. Metode Penelitian.....	42
F.1. Jenis Penelitian.....	42
F.2. Lokasi Penelitian.....	42
F.3. Teknik Pengumpulan Data.....	43
F.4. Teknik Analisa Data.....	45
BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	47
A. Sejarah Batik Pekalongan.....	47
B. Sejarah Berdirinya Perusahaan Pesisir batik Pekalongan.....	48
C. Visi dan Misi.....	52
D. Lokasi Perusahaan.....	53
E. Struktur Organisasi Perusahaan.....	53
E.1. Direktur.....	55
E.2. Asisten Direktur.....	56
E.3. Kepala Bidang Produksi.....	57

E.4. Kepala Bidang Administrasi.....	58
E.5. Kepala Bidang Pemasaran.....	61
E.6. Karyawan.....	64
F. Aspek Produksi.....	69
G. Promosi.....	79

BAB III : DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA..... 80

A. Strategi Promosi PT. Batik Pesisir.....	80
A.1. Penentuan Promosi.....	80
A.2. Perumusan Analisis SWOT.....	85
A.3. Bauran Promosi.....	94
A.3.1. Periklanan (<i>Advertising</i>).....	95
A.3.2. Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>).....	104
A.3.3. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	104
A.3.4. Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>).....	105
A.3.5. Internet dan email.....	110
A.4. Potensi Batik.....	112
B. Analisis Data.....	114
B.1. Faktor Pendukung dan Penghambat Promosi	
“Batik Pesisir”.....	114
a. Faktor pendukung.....	114
1. Faktor pendukung.....	116

c. Penghambat dan Pendukung dalam Bauran	
Promosi.....	117
B.2. Analisis Data Kegiatan Promosi PT. Batik Pesisir.....	121
BAB IV : PENUTUP.....	138
A. Kesimpulan.....	138
B. Saran.....	142
DAFTAR PUSTAKA	14

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jenis dan harga produk Batik Pesisir Pekalongan.....	79
Tabel 2 Matrik Duang SWOT	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Showroom Perusahaan Batik Pesisir Pekalongan.....	52
Gambar 2 Struktur organisasi Batik Pesisir Pekalongan.....	68
Gambar 3 Tahap desain.....	70
Gambar 4 dan 5 Tahap gambar pada kain.....	70
Gambar 6 Tahap pembatikan.....	71
Gambar 7 Tahap pemopokan.....	71
Gambar 8 Tahap pelorotan.....	72
Gambar 9 Tahap finishing warna akhir.....	72
Gambar 10 Tahap penjemuran.....	73
Gambar 11 Tahap <i>quality control</i> produk jadi.....	73
Gambar 12 Bahan Kemeja ATBM Tulis.....	74
Gambar 13 Bahan Kemeja ATM Tulis.....	75
Gambar 14 Kemeja ATBM Tulis.....	75
Gambar 15 Kemeja ATM Tulis.....	76
Gambar 16 Sarung dan selendang ATBM Tulis.....	76
Gambar 17 Sarung dan selendang ATM Tulis.....	76
Gambar 18 Sarimbit ATBM Tulis.....	77
Gambar 19 Sarimbit ATM Tulis.....	77
Gambar 20 batik Hokokai ATBM Tulis.....	78
Gambar 21 batik Hokokai ATM Tulis.....	78
Gambar 22 Brosur PT Batik Pesisir.....	97
Gambar 23 Bentuk Promosi Dengan Tabloid.....	98
Gambar 24 Bentuk Promosi melalui media elektronik/televisi (Tran7-Si Bolang).....	101

Gambar 26 Kunjungan Menakertrans di dampingi bupati Pekalongan ke PT Batik Pesisir Pekalongan 2009.....	106
Gambar 27 Logo Batik Pesisir.....	108
Gambar 28 PT. Batik Pesisir Pekalongan Sponsorship Penobatan Putri Pariwisata 2008 di Jakarta.....	108

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relation

Abdul Huda

STRATEGI PROMOSI BATIK PESISIR DALAM MENINGKATKAN

PANGSA PASAR PECINTA BATIK PEKALONGAN

(Studi Deskriptif Tentang Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Pecinta Batik Pada PT. Batik Pesisir Pekalongan Tahun 2008)

Tahun Skripsi : 2012 xv + 148 halaman

Daftar Pustaka : 19 buku + 2 sumber internet

Seiring dengan perkembangan zaman dan budaya Indonesia yang beraneka ragam, bisnis dan budaya di bidang batik juga mengalami perkembangan ditengah zaman yang semakin modern ini, yang ditunjukkan oleh fakta penjualan batik di Indonesia dan dunia semakin meningkat. PT. Batik Pesisir Pekalongan adalah satu dari sekian banyak perusahaan batik pesisir di Pekalongan yang memakai sutra serta motif Pekalongan sebagai keutamaan produknya. Untuk mempertahankan dan mengembangkan budaya serta bersaing dalam pemasarannya, PT. Batik Pesisir tidak cukup hanya dengan mengandalkan kreativitas dan pelayanan fasilitas tetapi juga menggunakan strategi bauran promosi.

Penelitian ini menganalisis strategi promosi "Batik Pesisir" dalam meningkatkan pangsa pasar pecinta batik Pekalongan, terhadap "Batik Pesisir". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi promosi yang dilakukan oleh PT. Batik Pesisir dalam meningkatkan pangsa pasar pecinta batik Pekalongan, serta faktor-faktor pendukung dan penghambat perusahaan dalam memasarkan produk "Batik Pesisir". Kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi promosi dan bauran promosi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan model kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif dapat diartikan sebagai prosedur atau cara memecahkan masalah penelitian dengan menerapkan keadaan obyek yang di selidiki. Data-data atau informasi aktual dikumpulkan dengan rinci, diidentifikasi, diperbandingkan dan dievaluasi. Teknik pengumpulan data diperoleh dari wawancara, dokumentasi dan studi pustaka.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi produk "Batik Pesisir" didasarkan pada analisis SWOT yang meliputi komponen yaitu kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*). Selanjutnya dilakukan langkah-langkah dalam melakukan promosi yang diawali dari penentuan target dan tujuan promosi, merancang pesan, penentuan anggaran dan penentuan bauran promosi. Media yang digunakan dalam melakukan strategi promosi "Batik Pesisir" adalah melalui pameran, brosur, spanduk, *billboard*, iklan di koran Wawasan dan Republika, pemberian *discount*, internet, presentasi penjualan dan *sponsorship*. Adapun faktor pendukung promosi "Batik Pesisir" kebutuhan masyarakat terhadap batik meningkat, serta faktor penghambatnya adalah perodesasi promosi produk "Batik Pesisir" kurang maksimal, antara produk yang ditawarkan dan ketersediaan produk terkadang tidak sejalan.