

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“ Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain 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 ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, Agustus 2005

Penulis,

Farid Syaffrudin



**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

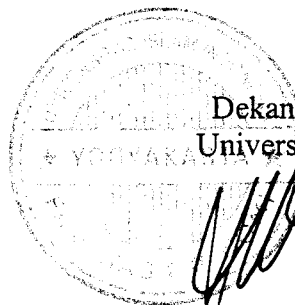
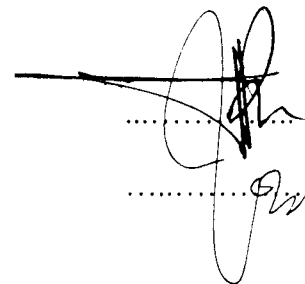
**STUDI KOMUNIKASI PEMASARAN PERUSAHAAN BATIK "SIDO MULYO" DI  
SOLO**

**Disusun Oleh: FARID SYAFFRUDIN  
Nomor mahasiswa: 01311199**

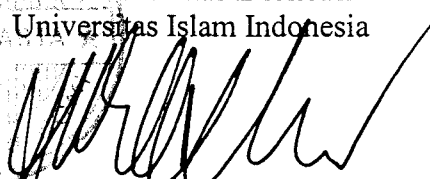
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**  
Pada tanggal : 15 Agustus 2005

Penguji/Pemb. Skripsi: Drs. Agus Abdurrahman, MM

Penguji : Drs. Yazid, MM



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia

  
Drs. Suwarsono, MA

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat ALLAH SWT, atas segala petunjuk dan rahmat-Nya, maka syukur Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Studi Komunikasi Pemasaran Perusahaan Batik “SIDOMULYO” Di Solo.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Skripsi ini tersusun berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak baik material maupun spiritual. Untuk itu dalam kesempatan ini dengan rendah hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Suwarsono Muhammad, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Drs. Agus Abdurrahman, MM, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak meluangkan waktu ditengah-tengah kesibukannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis selama menempuh studi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

4. Karyawan perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah membantu kelancaran skripsi ini.
5. Bapak Widodo selaku pimpinan Perusahaan Batik SIDOMULYO yang telah membantu kelancaran skripsi ini.
6. Pak Parto selaku pimpinan Perusahaan Batik KENCANA UNGU yang telah membantu dalam kelancaran skripsi ini.
7. Mbak Irma selaku pimpinan Perusahaan Batik NOVITA yang telah membantu dalam kelancaran skripsi ini.
8. Bapak dan ibuku tercinta yang telah mencurahkan kasih sayang serta dukungannya baik secara materiil maupun spirituil sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Adikku Anton , terima kasih atas semua dukunganmu selama ini.
10. Derry yang selalu membuat tersenyum, penuh kesabaran selalu setia mendampingiku selama ini. Terima kasih atas segala kebaikan, Perjalanan penuh makna dan jutaan inspirasi yang tak ternilai yang kamu berikan.
11. Management Community , Terima kasih atas kebersamaanya.
12. Sapoe Ledee Production, Terima kasih atas waktunya dan dukungannya.
13. Sahabat-sahabatku Andre, Anjar, Vigor, Dono, Didik, Mas Tomo, Nuri yang sudah seperti keluarga terima kasih atas persahabatan dan dukungannya.
14. Semua angkatan 2001 Fe UII yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas semua dukunganmu.

## ***HALAMAN PERSEMBAHAN***



***Kupersembahkan skripsi ini khusus untuk:***

- ↳ Bapak dan Ibu tercinta yang selalu mengiringi setiap langkahku dengan do'a.***
- ↳ Kakak dan Adik tercinta yang selalu memberiku keceriaan.***
- ↳ Semua saudara dan sahabat yang selalu dekat di hatiku dan selalu mewarnai kehidupanku dengan senyuman maupun tangisannya.***

## HALAMAN MOTTO

- *Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.*

(QS. Al-Insyirah:6-8)

- *Jadikan sabar dan sholatmu sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat kecuali bagi orang-orang yang khusus'.*

(QS. Al-Baqarah:45)

- *Dengan ilmu kehidupan menjadi mudah, dengan seni kehidupan menjadi indah dan dengan agama kehidupan menjadi terarah dan bermakna.*

(HR. Mukti Ali)

- *Tiada sesuatu yang lebih baik dari akal yang diperindah dengan kebenaran (shidiq) dan kebenaran yang diperindah dengan kebaikan dan kebaikan yang diperindah dengan taqwa.*

(Ulama)

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SAMPUL DEPAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
HALAMAN MOTTO.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Batasan Masalah.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Hasil Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	15
2.2.2. Konsep Pemasaran.....	15
2.2.3. Strategi Pemasaran.....	18
2.2.3.1. Fungsi Informasi Pasar.....	21
2.2.4. Komunikasi Pemasaran.....	26

2.2.4.1. Mengenal Konsumen.....	26
2.2.4.2. Positioning dan Segmentasi Pasar.....	33
2.2.4.2. Merek, Ekuitas merek.....	35
2.2.4.3. Tujuan-tujuan Komunikasi.....	36
2.2.4.4. Komunikasi Pemasaran.....	38
2.2.5. Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	42
2.2.5.1. Periklanan atau advertising.....	48
2.2.5.1. (1) Fungsi Periklanan.....	49
2.2.5.1. (2) Sasaran Periklanan.....	50
2.2.5.1. (3) Tujuan Periklanan.....	52
2.2.5.1. (4) Media Periklanan.....	53
2.2.5.2. <i>Personal Selling</i> atau penjualan personal.....	54
2.2.5.3. <i>Sales Promotion</i> (Promosi penjualan).....	58
2.2.5.3. (1) Bentuk –bentuk promosi penjualan.....	59
2.2.5.3. (2) Tujuan promosi penjualan.....	61
2.2.5.4. Hubungan masyarakat ( <i>Public Relation</i> ).....	62
2.2.5.4. (1) Peran humas.....	63
2.2.5.4. (2) Marketing Public Relation.....	66
2.2.5.5. <i>Direct Marketing</i> atau Pemasaran Langsung.....	68
2.2.5.5. (1) Bentuk-bentuk Pemasaran Langsung.....	70
 BAB. III METODOLOGI PENELITIAN.....	 75
3.1. PERUSAHAAN BATIK SIDOMULYO.....	75
3.1.1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan.....	75
3.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan Batik Sidomulyo.....	76
3.1.3. Personalia.....	78
3.1.4. Proses Produksi.....	80
3.1.5. Pemasaran Produk.....	86



BAB V

5.1. Kesimpulan..... 151

5.2. Saran ..... 155



## Daftar Tabel

3.1.1.	Data jabatan dan jumlah karyawan perusahaan Batik Kencana Ungu th 2005..	93
4.1.	Komunikasi pemasaran perusahaan Batik Sidomulyo .....	129
4.2.	Komunikasi pemasaran perusahaan Batik Kencana Ungu.....	130
4.3.	Komunikasi pemasaran perusahaan Batik Novita.....	131
4.4.	Hasil Penjualan perusahaan Batik Sidomulyo tahun 2000 – 2004 .....	147
4.5.	Hasil Penjualan perusahaan Batik Kencana Ungu tahun 2000 – 2004 .....	148
4.6.	Hasil Penjualan perusahaan Batik Novita tahun 2000 – 2004.....	149



## Daftar gambar

3.1.	Struktur organisasi perusahaan batik Sidomulyo .....	76
3.2.	Struktur organisasi perusahaan batik Kencana Ungu .....	92

