

ANALISIS RENCANA PEMASARAN PRODUK *CLAY*

MELALUI GERAJ DAN PENJUALAN *ONLINE*

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Synthia Permatasari Herwanto

NPM: 06 03 16049

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

FEBRUARI, 2010

SKRIPSI

**ANALISIS RENCANA PEMASARAN PRODUK *CLAY*
MELALUI GERAJ DAN PENJUALAN *ONLINE***

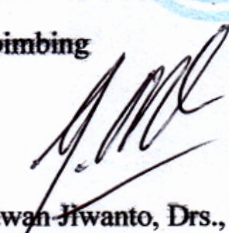
Disusun Oleh :

Synthia Permatasari Herwanto

06 03 16049

Telah dibaca dan disetujui oleh

Pembimbing


Gunawan Herwanto, Drs., MBA.

Tanggal, 2 Februari 2010

SKRIPSI

**ANALISIS RENCANA PEMASARAN PRODUK *CLAY*
MELALUI GERAI DAN PENJUALAN *ONLINE***

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Synthia Permatasari Herwanto

NPM: 06 03 16049

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 5 Maret 2010 dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua


Drs. Gunawan Jiwanto, MBA.

Anggota

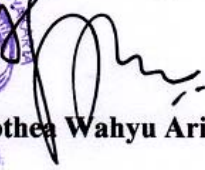

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.


Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Yogyakarta, 5 Maret 2010

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Dr. Dorothea Wahyu Ariani, SE., MT

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

ANALISIS RENCANA PEMASARAN PRODUK *CLAY* MELALUI GERAJ DAN PENJUALAN *ONLINE*

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan kaki/ daftar pustaka. Apabila di kemudian hari didapati bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, Februari 2010

Yang menyatakan



Synthia Permatasari Herwanto

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih dan anugerahnya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**RENCANA PEMASARAN PRODUK CLAY MELALUI GERAI DAN PENJUALAN ONLINE**” guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Saya menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak dapat selesai tanpa bantuan dan dukungan dari keluarga, teman-teman, serta berbagai pihak yang telah berkenan membantu proses pengerjaan skripsi ini. Maka pada kesempatan ini izinkan saya untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, terima kasih atas semua berkat, kasih dan anugerah yang telah diberikan kepadaku.
2. Bapak Gunawan Jiwanto, Drs., MBA selaku dosen pembimbing yang baik dan sabar dalam membimbing dan membantu menyelesaikan skripsi saya.
3. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmu yang sangat berharga.
4. Kirei Production, Gurat Ungu, Miracle, Amour, dan Crown atas kerja sama yang diberikan.
5. Mama dan papa tercinta, Cici Maya, dan adikku Yosua yang telah memberikan doa, semangat, dan kasih sayang kepada saya.

6. Sahabat-sahabat terbaikku Cie Cecil, Dede Lia, Ivonia, dan Lili yang telah menemani dan selalu memberikan semangat selama hampir 4 tahun ini. Semoga persahabatan kita tetap untuk selamanya.
7. Sahabat-sahabatku Ko Fran, Ingke, Rizky, Rico, Hendra, dan lain-lain yang banyak membantuku di saat-saat terakhir.
8. Teman-teman kost yang telah membantu selama aku di Jogja sampai skripsi ini dapat selesai.
9. Almamaterku SMA Taruna Nusantara dan anak-anak SMA TN angkatan XIV yang telah membentuk diriku menjadi sosok yang kuat.
10. Anjingku tercinta Goldie dan seluruh alm. hamsterku Price, Lady, Ciput, Cimut, Cibbu, dan Happy yang telah memberikan banyak keceriaan.
11. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, sekali lagi terima kasih atas dukungan, pertolongan, dan doanya.

Saya menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan karena terbatasnya pengetahuan dan kemampuan penulis. Oleh karena itu, saya dengan senang hati akan menerima kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, Februari 2010

Penulis



Synthia Permatasari Herwanto

Jadilah lilin yang bersedia meleleh
untuk menerangi kegelapan

Tuhan tidak akan pernah memberikan
cobaan yang melebihi kekuatan kita
dan ingatlah bahwa

segala sesuatu akan menjadi indah pada waktu-Nya

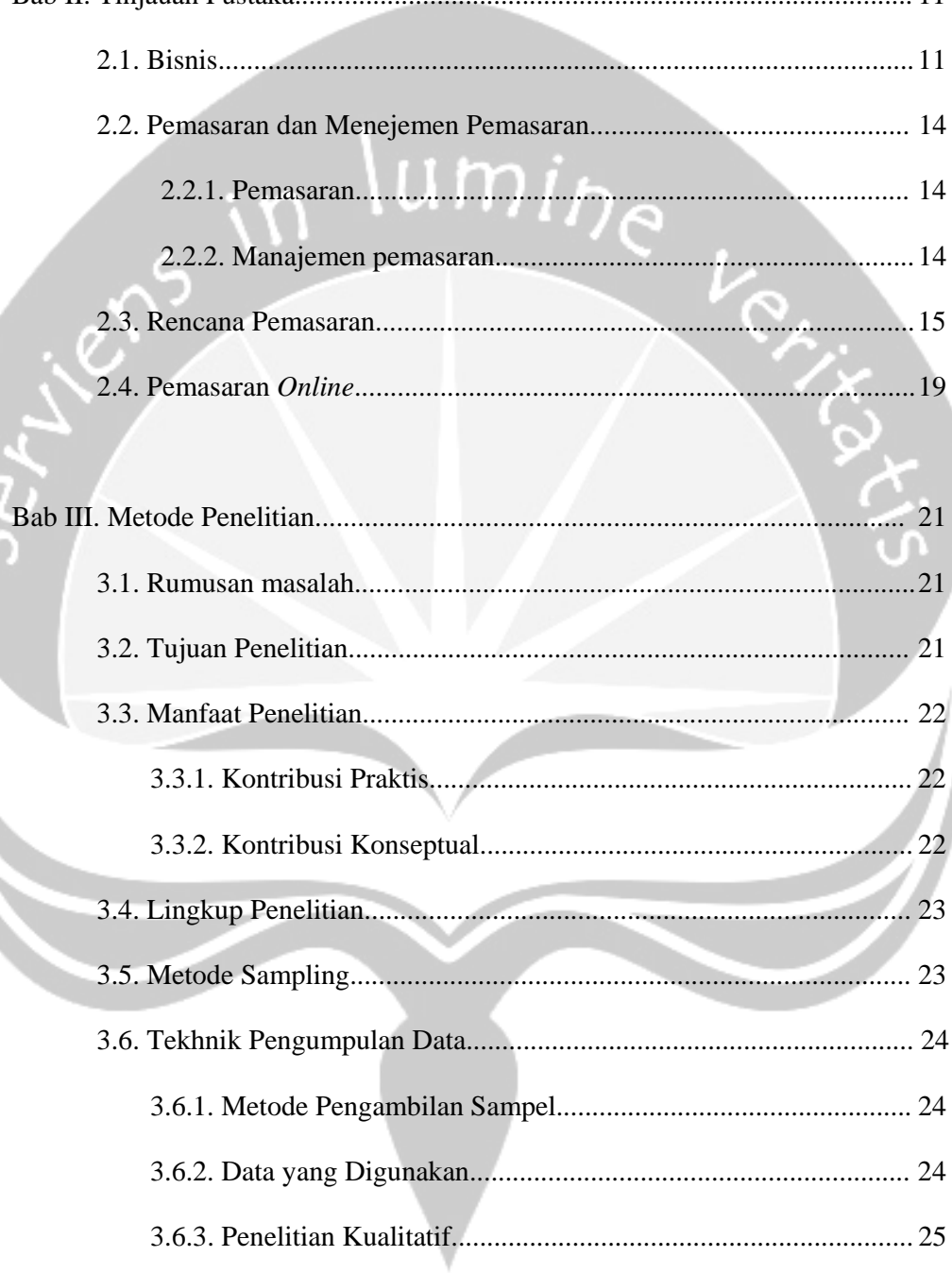
**Perjalanan sejauh jutaan mil
dimulai dengan satu langkah yaitu hari ini
dan jangan pernah mundur
sebelum engkau mencapai garis akhir**

Skripsi ini didedikasikan untuk:

- ☞ Tuhan Yesus Kristus
- ☞ Keluargaku tercinta yang telah Tuhan berikan kepadaku
- ☞ Engkong tercinta yang semangatnya selalu hidup dalam hatiku
- ☞ Sahabat-sahabatku di SMA dan kuliah

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Halaman Moto dan Persembahan.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
Intisari.....	xiii
Bab I. Pendahuluan.....	1
1.1. Pengenalan produk.....	1
1.1.1. Produk <i>Clay</i>	1
1.1.2. Latar belakang Pemilihan Produk <i>Clay</i>	3
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1. Bagi Pelaksana <i>Marketing Plan</i>	9
1.4.2. Kontribusi Konseptual.....	9
1.5. Kerangka Analisis.....	9



Bab II. Tinjauan Pustaka.....	11
2.1. Bisnis.....	11
2.2. Pemasaran dan Menejemen Pemasaran.....	14
2.2.1. Pemasaran.....	14
2.2.2. Manajemen pemasaran.....	14
2.3. Rencana Pemasaran.....	15
2.4. Pemasaran <i>Online</i>	19
Bab III. Metode Penelitian.....	21
3.1. Rumusan masalah.....	21
3.2. Tujuan Penelitian.....	21
3.3. Manfaat Penelitian.....	22
3.3.1. Kontribusi Praktis.....	22
3.3.2. Kontribusi Konseptual.....	22
3.4. Lingkup Penelitian.....	23
3.5. Metode Sampling.....	23
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.6.1. Metode Pengambilan Sampel.....	24
3.6.2. Data yang Digunakan.....	24
3.6.3. Penelitian Kualitatif.....	25
3.7. Metode Analisis Data.....	26



Bab IV. Analisis Data.....	28
4.1. Menganalisis Peluang Pemasaran.....	28
4.1.1. Hasil Indepth Interview.....	28
4.1.2. Hasil Kuesioner Melalui Internet.....	35
4.2. Memilih Pasar Sasaran dan Merancang Strategi Pemasaran.....	38
4.2.1. <i>Product</i> (Produk).....	38
4.2.2. <i>Price</i> (Harga).....	44
4.2.3. <i>Promotion</i> (Promosi).....	50
4.2.4. <i>Place</i> (Distribusi).....	51
4.3. Merencanakan Program Pemasaran.....	55
4.4. Proyeksi Laporan laba/ Rugi.....	56
4.4.1. Proyeksi Laporan Laba/ Rugi Tahun Pertama.....	57
4.4.2. Proyeksi Laporan Laba/ Rugi Tahun Kedua.....	59
4.4.3. Proyeksi Laporan Laba/ Rugi Tahun Ketiga.....	61
Bab V. Kesimpulan.....	63

Daftar Pustaka

Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1: Bagan Faktor 4P.....	13
Tabel 2.2: Perencanaan Strategis.....	15
Tabel 2.3: Langkah-langkah Proses Pemasaran.....	19
Tabel 4.1: Daftar Harga dan Perincian Biaya.....	48
Tabel 4.2: Faktor 4P.....	54
Tabel 4.3: Proyeksi Laporan Laba/ Rugi Tahun Pertama.....	58
Tabel 4.4: Proyeksi Laporan Laba/ Rugi Tahun Kedua.....	60
Tabel 4.5: Proyeksi Laporan Laba/ Rugi Tahun Ketiga.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Daftar Pertanyaan Kuesioner Melalui Internet.....	67
Lampiran 2: Transkrip Hasil Kuesioner Melalui Internet.....	68
Lampiran 3: Transkrip Komentar Calon Konsumen di Internet.....	71
Lampiran 4: Daftar Pertanyaan dan Jawaban Wawancara.....	75
Lampiran 5: Transkrip Hasil Wawancara.....	78

**ANALISIS RENCANA PEMASARAN PRODUK CLAY
MELALUI GERAJ DAN PENJUALAN *ONLINE***

Disusun oleh :

Synthia Permatasari Herwanto

Pembimbing

Gunawan Jiwanto, Drs., MBA.

INTISARI

Bisnis kerajinan tangan merupakan sebuah bisnis yang masih jarang ditekuni karena dibutuhkan kesabaran dan keterampilan khusus. *Clay* merupakan salah satu bisnis kerajinan tangan yang belum banyak digeluti. Oleh karena itu penulis tertarik untuk berbisnis di bidang kerajinan tangan khususnya *clay*.

Dalam penelitian ini, penulis akan mengungkapkan rencana-rencana pemasaran yang akan digunakan untuk mengembangkan bisnis *clay*. Sebelum itu, penulis melakukan wawancara dengan responden 5 *event organizer* di Yogyakarta dan penyebaran kuesioner melalui internet. Kemudian penulis akan menganalisa faktor 4P, yaitu *product*, *price*, *promotion*, dan *place*, yang akan dimulai dengan penentuan target pasar produk *clay*. Faktor 4P akan membantu dalam menyusun rencana pemasaran agar dapat diaplikasikan dalam bisnis *clay* di kemudian hari.

Kata kunci: Rencana Pemasaran, Pasar Sasaran, Faktor 4P.