



SALISMAN

	PUSKAPUS UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Revisi	15 AUG 2005
Revisi	27/Sas/Hd. 8/2005
Revisi	Rf 381.092 AST 05
Selanjutnya	

	UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA FASULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK Program Studi Ilmu Sosiologi
---	---

DIMENSI SOSIAL DALAM STRATEGI PEMASARAN

(Studi Kasus Salesman di Yogyakarta)

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Astrid Gayatri Wulandaru
97 10 00993/Sosiologi

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA

2005

DIMENSI SOSIAL DALAM STRATEGI PEMASARAN
(Studi Kasus Salesman di Yogyakarta)

SKRIPSI



Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Memenuhi Persyaratan Mencapai Gelar
Sarjana Strata-1 (S1) Dalam Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Program Studi Sosiologi

Disusun Oleh :

Astrid Gayatri Wulandaru
97 10 00993/Sosiologi

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA

2005

DIMENSI SOSIAL DALAM STRATEGI PEMASARAN

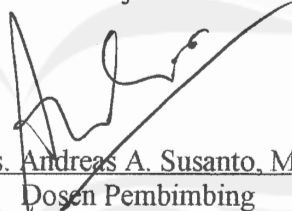
(Studi Kasus Salesman di Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Memenuhi Persyaratan Mencapai Gelar
Sarjana Strata-1 (S1) Dalam Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Program Studi Sosiologi

Astrid Gayatri Wulandaru
97 10 00993/Sosiologi

Disetujui oleh :


Drs. Andreas A. Susanto, MS
Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA

2005

HALAMAN PENGESAHAN

**DIMENSI SOSIAL DALAM STRATEGI PEMASARAN
(Studi Kasus Salesman di Yogyakarta)**

Skripsi Telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan Tim Penguji Program Studi
Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

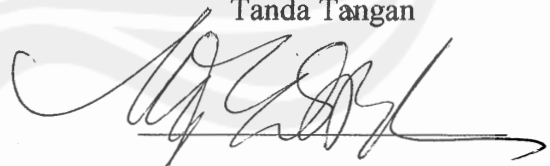
Hari : Rabu
Tanggal : 22 Juni 2005
Pukul : 08.00 WIB
Tempat : Ruang Pendadaran Lt.2

Tim Penguji

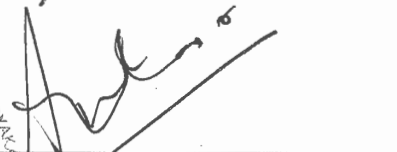
Nama

Tanda Tangan

Suryo Adi Pramono, SIP, M. Si
Ketua Tim/Penguji Utama



Drs. Andreas A. Susanto, MS
Penguji I



Y. Kunharibowo, M.A.
Penguji II

FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : ASTRID GAYATRI WULANDARU
Nomer Mahasiswa : 0993/1505
Program Studi : SOSIOLOGI
Judul Karya Tulis : DIMENSI SOSIAL DALAM STRATEGI PEMASARAN

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 30 Juli 2005

Saya yang menyatakan



ASTRID GAYATRI WULANDARU

MOTTO

serviens in lumine veritatis

*Janganlah Hendaknya Kamu Kuatir Tentang Apapun Juga Tetapi
Nyatakanlah Dalam Segala Hal Keinginanmu Kepada Allah
Dalam Doa Dan Permohonan Dengan Ucapan Syukur
(Filipi, 4:6)*

HALAMAN PERSEMBAHAN



serviens in lumine veritatis

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

- ❖ Papa dan mama tercinta
- ❖ Kakakku Titan dan Adikku Trean
- ❖ Mas Didi tersayang
- ❖ Yulianto termanis
- ❖ Dini yang menjadi sahabat hatiku

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan berkat dan kasihnya sehingga tulisan ini dapat diselesaikan. Tulisan ini merupakan suatu rangkaian dari perjalanan panjang suatu studi. Ini adalah awal dari sebuah perjalanan panjang untuk menapaki langkah berikutnya.

Penulis menyadari, tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis, tidak akan mampu menyelesaikan tugas akhir ini. Maka perkenankanlah saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah turut membantu. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. My Lord Jesus Christ yang telah memperbolehkan aku melihat dan menikmati serta merasakan kerasnya kehidupan sempurna sampai hari ini, namun selalu menyertai aku dan tidak akan pernah meninggalkan aku sampai akhir nanti.
2. Bapak Dr. E. F Slamet Santoso Sarwono, MBA selaku Rektor Universitas Atmajaya Yogyakarta.
3. Bapak Suryo Adi Pramono, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Atmajaya Yogyakarta.
4. Bapak Drs. Andreas A. Susanto, MS selaku Ketua Jurusan Prodi Sosiologi, dan selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan berbagai masukan dan koreski selama penulisan skripsi ini berlangsung.
5. Papa dan mama yang memberikan kepercayaan penuh dalam studiku dan memberi dukungan baik dan secara materiil maupun moril, kasih sayang serta doa-doanya “Kalian adalah karunia terbesar yang mempengaruhi hidupku, thank’s for you love everyday...”
6. Bapak dan Ibu Koesmin “my second family” yang dengan sabar ingin melihat aku maju dan selalu mendukung setiap langkahku
7. Mas Didi yang jauh di sana yang selalu menanyakan skripsiku dan kadang membuatku kesal dengan keluh kesahnya “tetaplah disana untuk mencari apa yang kamu inginkan dan jangan khawatir dengan aku disini, aku selalu ada di hatimu.

8. Anto yang selalu memberikan perhatian dan kasih sayangnya melalui Firman Tuhan semua itu akan selalu ku ingat selamanya.
9. Kakak dan adikku tersayang, Mas Titan dan Dek Trean, akhirnya aku selesai juga..
10. Karyawan Tata Usaha FISIP UAJY, yang telah membantu mengurus segala keperluan administrasi.
11. Lina, Sherli, Indri, Desi, Mbak Win, Mbak Anna, Kini....seneng banget bisa kenal kalian semua yang mewarnai keramaian kos Beo No.49
12. My best friend, Dinithanks for being there for me every time I need a friend...I'm lucky to have you, dodo....cepat lulus ya....jangan pacaran terus, he...he....he...
13. Untuk siapa saja yang sudah membantu dan menjalin cerita bersamaku sebagai manusia kadang-kadang khilaf dan lupa pada banyak hal, oleh karena itu penulis mohon maaf dan terima kasih banyak.....☺

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belumlah sempurna semua sifat kritik dan saran dari pembaca sangat diharapkan demi penyempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap bahwa skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca pada umumnya dan bagi rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik pada khususnya.

Yogyakarta, 25 Juni 2005
Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
INTISARI	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kerangka Teori.....	7
E. Metode Penelitian.....	14
BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN	19
A. Lokasi Penelitian.....	19
B. Penduduk.....	19
C. Pekerjaan dan Pendapatan.....	20
D. Pendidikan.....	21
E. Akses Berbelanja.....	22

F. Profil Salesman	23
G. Profil Konsumen	34
BAB III RELASI SOSIAL DALAM STRATEGI PEMASARAN	38
A. Bentuk Relasi Sosial Antara Salesman dan Konsumen	39
B. Pembangunan Relasi Sosial	44
C. Hubungan Sosial dan Strategi Pemasaran	49
D. Kaitan Relasi Sosial dan Penjualan	57
BAB IV PENUTUP	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran-saran	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Keadaan Penduduk berdasarkan Jumlah Kepala Keluarga dan Agama di Kampung Dipowinatan.....	20
Tabel 2. Jenis Pekerjaan Ibu-ibu Anggota PKK.....	20
Tabel 3. Penghasilan Keluarga Ibu-ibu Anggota PKK.....	21
Tabel 4. Keadaan Kampung Dipowinatan Berdasarkan Tingkat Pendidikan ibu-ibu PKK.....	22
Tabel 5. Jenis Pertemuan di Kampung Dipowinatan.....	23

INTISARI

Fenomena banyaknya salesman yang mempromosikan dan menjual barang dengan memanfaatkan pertemuan PKK di tingkat RT maupun RW menjadi salah satu gambaran pemasaran melalui penjualan secara langsung. Pada saat yang sama ibu-ibu PKK juga menerima kehadiran salesman untuk berpromosi sehingga terjalin hubungan sosial antara salesman dan konsumen.

Permasalahan-permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini ada 4 yaitu

1) Bagaimana salesman membangun relasi sosialnya guna meningkatkan penjualan, 2) Bagaimana bentuk relasi sosial yang dibangun antara salesman dan konsumen, 3) Bagaimana memanfaatkan hubungan sosial dalam menjalankan strategi pemasaran, 4) Bagaimana kaitan antara relasi sosial antara salesman dan konsumen dengan perilaku konsumen dalam membeli produk.

Metode penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian dilakukan di Kampung Dipowinatan Kelurahan Brontokusuman Kecamatan Mergangsan. Dipilihnya lokasi ini karena PKK di kampung ini sering dikunjungi salesman dalam rangka promosi maupun penjualan. Informan penelitian terdiri dari salesman sebanyak 5 orang dan konsumen sebanyak 3 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan observasi. Sedangkan analisis data dilakukan melalui proses reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

Penelitian menemukan bahwa relasi sosial antara salesman dan konsumen dapat dikategorikan ke dalam dua bentuk relasi yaitu relasi simetris dan relasi asimetris. Relasi tersebut dibangun melalui proses pendekatan kepada pengurus atau ketua PKK setempat untuk meminta ijin promosi, melalui warga setempat yang bersedia menjadi mitra salesman, atau melalui pelanggan. Relasi sosial tersebut merupakan strategi yang dipilih salesman untuk melakukan penjualan. Salesman memanfaatkan PKK sebagai tempat berpromosi dan berjualan karena PKK merupakan tempat berkumpulnya ibu-ibu yang potensial sebagai konsumen. Keputusan ibu-ibu PKK/konsumen dalam membeli barang kepada salesman dipengaruhi oleh pertimbangan untung rugi dan situasi sosial pada saat ada promosi. Dalam hal ini salesman mengambil peran sebagai pihak yang turut mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli.

Pembahasan menyimpulkan bahwa: 1) relasi sosial terbentuk antara salesman dan konsumen dalam dua tipe yaitu simetris dan asimetris, 2) salesman membangun relasi sosial dalam rangka meningkatkan penjualannya dengan cara memanfaatkan pertemuan PKK, 3) pemanfaatan relasi sosial antara salesman dan pengurus PKK, maupun dengan pelanggan merupakan salah satu bentuk strategi pemasaran, 4) relasi sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam membeli produk.