

Nama Uswatul Jannah. NIM 140321100029 Bentuk Komunikasi dan Strategi Pemasaran Petis Pada CV. MDP (Hj Diya Food) Di Kabupaten Sampang Dibawah Bimbingan Dwi Ratna Hidayati SP., MP.

ABSTRAK

CV MDP (Hj Diya Food) merupakan perusahaan petis yang sukses di Kabupaten Sampang. Walaupun demikian, permasalahan yang ada diperusahaannya yaitu perdistribusian, kerusakan produk, rendahnya SDM, dan kemasan produk sederhana. Tujuan dari penelitian ini yaitu 1) Untuk mengetahui bentuk komunikasi pemasaran yang digunakan perusahaan petis di CV. MDP (Hj Diya Food). dan 2) Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dapat mendukung kegiatan pemasaran perusahaan petis di CV. MDP (Hj Diya Food). Metode yang digunakan dengan menggunakan analisis deskriptif dan SWOT. Hasil menunjukkan bahwa bentuk-bentuk komunikasi pemasaran yang dipakai CV. MDP (Hj Diya Food) yaitu promosi penjualan, acara dan pengalaman, hubungan masyarakat dan publisitas, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, dan pemasan mulut ke mulut. Strategi pemasaran yang tepat untuk perusahaan petis CV MDP (Hj. Diya Food) dalam komunikasi pemasaran yaitu strategi SO. Strategi SO yaitu perluasan media promosi dengan menggunakan media web atau blog, dan instagram mengingat media tersebut sering digunakan oleh calon konsumen dan mempertahankan varitas rasa dan variasi kemasan dengan berbagai ukuran supaya permintaan cenderung meningkat bisa ditangkap.

Kata Kunci: Petis, Bentuk Komunikasi, dan Strategi Pemasaran, SWOT

Uswatul Jannah. NIM 140321100029. Form of Communication and Marketing Strategy of Petis on CV. MDP (Hj Diya Food) in Sampang District. Supervised by Dwi Ratna Hidayati SP., MP.

ABSTRACT

One of successful petis (condiment of fermented fish) company in Sampang Regency is MDP (Hj Diya Food). Even so, the problems in the company are distribution, product damage, low human resource, and simple packaging of product. The purposes of this research are 1) find out the form of marketing communication in petis companies CV. MDP (Hj Diya Food), and 2) find out of marketing strategies that can support the marketing activities on petis CV. MDP (Hj Diya Food). This research used descriptive and SWOT analysis method. The results showed that the forms of marketing communication in CV. MDP (Hj. Diya Food) are the promotion of sales, events and experiences, public relations and publicity, direct marketing, interactive marketing, and mouth-to-mouth marketing. The right of marketing communication is SO strategy. SO strategy is the expansion of media promotion by using web media or blogs, and Instagram, maintain the variety of flavors and variations of packaging with various sizes, so that demaning can be increased.

Key words: Petis, Forms of Communication, and Marketing Strategy, SWOT

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
BIODATA PENULIS.....	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan penelitian	2
1.4 Manfaat penelitian	3
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 4
2.1 Landasan Teori.....	4
2.1.1 Komunikasi	4
2.1.2 Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>)	7
2.1.3 Strategi Pemasaran	9
2.1.4 SWOT Analysis.....	12
2.2 Penelitian Terdahulu.....	15
2.3 Kerangka Berfikir	21
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 23
3.1 Penentuan Lokasi Penelitian.....	23
3.2 Metode Penentuan Sampel.....	23
3.3 Jenis dan Metode Pengumpulan Data	23
3.3.1 Jenis Data.....	23
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	24
3.4 Metode Analisis Data.....	24
3.4 Definisi Operasional.....	31
 BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	 33
4.1 Deskripsi Kabupaten Sampang.....	33
4.2 Jumlah UMKM di Kabupaten Sampang	34
4.3 Letak Geografis Lokasi Penelitian.....	34
4.4 Kondisi Penduduk.....	35
4.5 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	37
4.5.1 Lokasi Perusahaan dan Tata Letak Tempat Usaha	38
4.5.2 Visi dan Misi Perusahaan	39
4.5.3 Struktur Organisasi	39

4.5.4 Tenaga Kerja dan Kesejahteraan	40
4.5.5 Jumlah Produksi	41
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
5.1 Bentuk Komunikasi Pemasaran di Perusahaan Petis Di CV. MDP (Hj Diya Food)	42
5.2 Strategi Pemasaran Perusahaan Petis Di CV. MDP (Hj Diya Food)..	48
BAB VI. PENUTUP	63
6.1 Simpulan.....	63
6.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Strategi SO, WO, ST WT	14
Tabel 3. 1 Matriks <i>EFAS</i>	26
Tabel 3. 2 Matriks <i>IFAS</i>	28
Tabel 4. 1 Berikut jumlah UMKM di Kabupaten Sampang 2017	34
Tabel 4. 2 Jumlah Penduduk Kelurahan Banyuanyar Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	36
Tabel 4. 3 Mata Pencarian Penduduk Kelurahan Banyuanyar	36
Tabel 5. 1 Bauran Komunikasi yang digunakan oleh Perusahaan Petis CV MDP (Hj Diya Food) di Kabupaten Sampang	44
Tabel 5. 2 Faktor Internal	56
Tabel 5. 3 Faktor Eksternal	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Sederhana Proses Pemasaran	10
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir.....	22
Gambar 3. 1 Diagram Analisis SWOT.....	29
Gambar 3. 2 Diagram Matrik SWOT	30
Gambar 4. 1 Peta Kabupaten Sampang	33
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Perusahaan Petis CV. MDP (Hj Diya Food)	40
Gambar 5. 1 Bauran Komunikasi	42
Gambar 5. 2 Label pada kemasan CV MDP (Hj Diya Food) sebagai Media Komunikasi Pemasaran	43
Gambar 5. 3 <i>Facebook</i> Salsabilla FM	45
Gambar 5. 4 <i>Banner</i> CV. MDP (Hj Diya Food)	45
Gambar 5. 5 Pemasaran di <i>Facebook</i>	46
Gambar 5. 6 Sembako Perusahaan kepada Masyarakat Sekitar	46
Gambar 5. 7 Pemasaran Petis di Bukalapak dan Tokopedia	48
Gambar 5. 8 Variasi Kemasan Produk.....	49
Gambar 5. 9 Variasi Produk Petis.....	49
Gambar 5. 10 Proses Penggilingan Produk Petis	50
Gambar 5. 11 Proses Pengemasan Produk Petis	50
Gambar 5. 12 Situs Bukalapak dan Tokopedia menjual produk petis CV. MDP (Hj. Diya Food).....	50
Gambar 5. 13 Diagram Analisis SWOT.....	58
Gambar 5. 14 Diagram Matrik Strategi SWOT	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian	67
Lampiran 2	Pembobotan Faktor Internal dan Eksternal	74
Lampiran 3	Bobot Rata-Rata Responden	80
Lampiran 4	Rating Rata-Rata Responden	82
Lampiran 5	Skor Rata-Rata Responden	84
Lampiran 6	Dokumentasi	86