

**ANALISIS KARAKTERISTIK PEMASARAN BATIK “SERU”
MANGROVE DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian

Program Pendidikan Strata Satu

Jurusan Manajemen



Oleh :

ADYTYA MARTHA DEVI PRATIWI

2010210429

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
S U R A B A Y A
2014**

**ANALISIS KARAKTERISTIK PEMASARAN UKM BATIK “SERU”
MANGROVE DI SURABAYA**

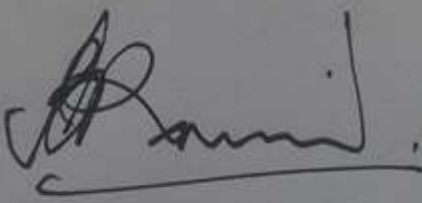
Diajukan oleh :

ADYTYA MARTHA DEVI PRATIWI

2010210429

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,
Tanggal :



(Dr. Basuki Rachmat, SE., MM)

SKRIPSI

ANALISIS KARAKTERISTIK PEMASARAN BATIK “SERU” MANGROVE DI SURABAYA

Disusun oleh

ADYTYA MARTHA DEVI PRATIWI

2010210429

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 01-03-2014.

Tim Penguji

Ketua : Dra. LINDIAWATI, M.M

Sekretaris : Dr. BASUKI RAHMAT, SE., M.M

Anggota : Dr. SONI HARSONO



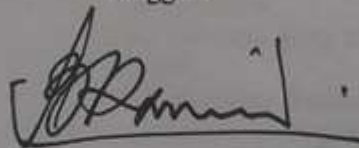
PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Adytya Martha Devi Pratiwi
Tempat, Tang Lahir : Surabaya, 27 Maret 1992
N.I.M : 2010210429
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Pemasaran
Judul : Analisis Karakteristik Pemasaran Batik “SERU”
Mangrove di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,

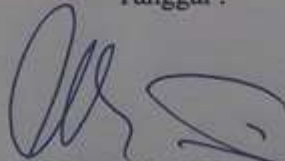
Tanggal :



(Dr. Basuki Rahmat, SE., MM.)

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Tanggal :



(Melvza Silvi, SE., M.Si.)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Syukur Alhamdulillah kehadiran ALLAH SWT, karena limpahan rahmat-Nya, serta senantiasa memberikan kesehatan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Karakteristik Pemasaran Batik “SERU” Mangrove”**.

Penelitian ini di maksudkan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam menempuh pendidikan Strata 1 pada program studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Prof. Dr. Dra. Psi.Tatik Suryani, M.M, selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.
2. Melyza Silvi, SE., M.Si. selaku Kepala Prodi S1 Manajemen yang tidak pernah mempersulit dalam melengkapi syarat skripsi.
3. Dr. Basuki Rahmat, SE., MM.. selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar memberikan masukan demi terselesaikannya penelitian ini.
4. Dra. Lindiawati, MM.. selaku Dosen Penguji Skripsi yang sangat kritis memberikan masukan kepada penulis.
5. Dr. Soni Harsono, selaku Ketua Dosen Penguji Skripsi yang memberikan motivasi di akhir pengumuman kelulusan.
6. Emma Julianti, SE., MM. selaku Dosen Wali yang telah memberikan begitu banyak saran, pengarahan, dan dukungannya.
7. Bapak/Ibu Dosen STIE Perbanas Surabaya yang telah memberi ilmu yang sangat bermanfaat selama perkuliahan.
8. Seluruh Staff Perpustakaan STIE Perbanas Surabaya yang mempermudah dalam memperoleh referensi dan data-data untuk penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, karena itu saran dan kritik yang membangun akan penulis terima dengan senang hati demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, Februari 2014

Penulis

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

JANGAN PERNAH katakan TIDAK MAMPU, selalu berikan yang terbaik! Jujur, Tetap Semangat, Berdoa dan Tawakal kepada Allah SWT! (amdp)

SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN KEPADA

1. **Allah SWT** atas segala limpahan rahmatNya, yang memberikan perlindungan dan kemudahan dalam proses penyelesaian skripsi.
2. **Mama dan Emak, Oase Hidup** yang selalu melimpahkan kasih sayang tiada henti kepada saya. Pesan mama “Cepet selesaikan kuliahmu, banggakan mama” yang menjadi pelecut semangat dalam proses belajar di STIE Perbanas Surabaya. Tiada kata yang mampu mewakili perasaan cinta saya kepada keluarga. Terima Kasih ♥ (i love you)
3. **Seluruh Keluarga Besar Tencinta ♥**
4. **Kepada Umik Ridayani (Humas)** yang sudah seperti ibu kedua, yang memperhatikan semua mahasiswa magang bagaikan anak kandung. Dan memberikan wejangan serta dukungan kepada saya dan Vivin Dwi Apriliani dalam proses mengerjakan skripsi. Terima Kasih untuk keluarga Ustadz Rofiq; Abah, Umik, Ayuk, Fita, Rara.
5. **Kepada Aditya Siregar**, “Makasi buat semuanya yaa ☺” (gabisa jelasin satu-satu nanti gak cukup satu halaman)
6. **Kepada Keluarga Humas STIE Perbanas**, Bapak Arief Suharmadi, Umik Rida, Mbak Iendras, Bu Chitra (Kerjasama), Vivin, Fahmi, Wahyu, Ratna, Nurul, Adi, Ira. Terima kasih atas segala dukungan yang diberikan, terima kasih untuk kejutan ulang tahun ke 22 yang sangat berkesan.

7. Sahabat-sahabat saya selama berkuliah di STIE Perbanas yang menjadikan kehidupan kuliah jadi semakin berwarna. Vivin sahabat magang yang gak pernah kehabisan bahan obrolan (*master Table of Contents*), saling mendukung dalam mengerjakan skripsi walaupun jadwal padat untuk promosi. Rani yang selalu jadi pendengar yang baik untuk segala jenis curhatanku, gaperna berhenti jadi sahabat walaupun semua kata-kataku kadang pedes. Luqman/Lucky yang jadi temen *sharing* segala hal, Rika yang juga selalu jadi tempat curhat, Faruq koko yang selalu *unpredictable* pemikirannya, serta tutor untuk nulis skripsi. Dipta yang gaperna nolak buat ditebengin dan selalu *easy going*.
8. Keluarga besar UPKM Entrepreneur Club. Rika, Rani, Luqman, Faruq, Dipta, Ajeng, Ayu, Desi, Lia, Rosita, Arini . Adek-adekku Agil, Andre, Zella, Merry, Ayu, Bento, Chandra, Mamo. Saya belajar arti organisasi disini, terima kasih atas segala dukungannya.
9. Temen-temen satu dosen pembimbing, Faruq, Mas Kivot, Mas Rauf, Mas Okta, Mas Galih. Kita dapet pengalaman berbeda dan pelajaran berharga yaa, saling mendukung dalam kebingungan haha. Slogan lulus bareng-barengnya akhirnya kejadian 😊
10. Temen-temen yang berangkat untuk lomba Marketing Debate Revival Management Univ. Jember, Luqman dan Faruq rekan setim yang *amazing*. Agil manajer yang sabar dan profesional bingits. Rizal, Erick, dan Chyntia selamat untuk Juara Harapannya guys. (Pengalaman iki gak onok tandinge rek)
11. Temen-temen jurusan manajemen pemasaran yang gada matinya, Marketing Festival jadi gebrakan untuk festival-festival yang lain yaa hehee.
12. Bapak dan Ibu Dosen di STIE Perbanas Surabaya. Dosen Wali yang paling sabar Ibu Emma Julianti, dan Dosen pembimbing skripsi Bapak Basuki, saya ucapkan terima kasih atas bimbingan dan dukungannya selama ini. Dosen MKDPK Ibu Ulfi, Bapak Nurhadi, dan Bapak Darmanto yang sudah membimbing saya sebagai asisten mahasiswa MKDPK saya ucapkan terima kasih.
13. Seluruh keluarga besar karyawan STIE Perbanas Surabaya, terima kasih atas bantuannya selama saya berkuliah di STIE Perbanas Surabaya.
14. Kepada Griya Karya Tiara Kusuma yang bersedia menjadi subjek dalam penelitian saya.

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL..... | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI..... | iii |
| HALAMAN LULUS SKRIPSI..... | v |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI..... | vii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| ABSTRAK/RINGKASAN..... | xv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 4 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 4 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 5 |
| 1.5 Sistematika Penulisan Skripsi..... | 6 |
| | |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 8 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 8 |
| 2.2 Landasan Teori | 15 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran | 41 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN | 42 |
| 3.1 Rancangan Penelitian..... | 42 |
| 3.2 Batasan Penelitian..... | 43 |
| 3.3 Unit Amatan, Unit Analisis, dan Sumber Informan | 43 |
| 3.4 Data dan Metode Pengumpulan Data | 44 |
| 3.5 Langkah-langkah Penelitian dan Teknik Analisis Data..... | 44 |
| 3.6 Teknik Analisis | 47 |
| | |
| BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA | 50 |
| 4.1 Gambaran Subjek (Informan Penelitian) | 50 |
| 4.2 Analisis Data..... | 52 |
| | |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 64 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 64 |
| 5.2 Keterbatasan Penelitian..... | 67 |
| 5.3 Saran | 68 |
| | |
| DAFTAR RUJUKAN..... | 71 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian | 12 |
| Tabel 4.1 Kategori Harga Batik SERU Mangrove | 54 |
| Tabel 5.3 Saran | 68 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| Gambar : 2.1.1 Konseptual Model (pemasaran inovatif dalam UKM) | 9 |
| Gambar : 2.3 Kerangka Pemikiran | 41 |
| Gambar : 3.5 Langkah-langkah Penelitian | 46 |
| Gambar : 4.1 Sistem Manajemen Lima Jari-jari | 52 |
| Gambar : 4.2 Bauran Pemasaran Batik SERU Mangrove | 56 |
| Gambar : 5.1 Karakteristik Pemasaran Batik SERU Mangrove | 62 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Dokumentasi Penelitian

Lampiran 2 : Berita Acara Penggalian Data atau Informasi

***The Analysis Characteristic of SMEs Marketing Batik “SERU” Mangrove
Surabaya***

Abstract

Although research on small and medium-sized enterprise (SMEs) marketing has increased in recent years, but large organisational models applied to small firms setting have been criticised in the literature and there is a need for further research to identify how marketing practised within the small business sector. The study aims to explore how the characteristics of SME marketing driven by marketing mix, integrated marketing, consumer focus, and market focus. The object observe on this research is SMEs that produce Batik “SERU” Mangrove in Rungkut, Surabaya East Java. The methods of extracting information from informant was used in this study uses the approach of general instructions the interviews. The expected results are the powers of word-of-mouth and publications gives a great influence in marketing SMEs. On the integrated marketing activities, customer relationship management(CRM) not fully implemented on the SMEs, SMEs have focus on the single-segment concentration market to fulfill the need and desires of the customers. Based on research findings, recommended to maximize implemented CRM programs. SMEs must be able undrestand how impact of the CRM program to find out who the potential customers in the future can become loyal customers.

Keywords :Characteristics of SMEs Marketing ,Marketing in SMEs, Marketing Mix in SMEs, Management Strategics.