

**STRATEGI PEMASARAN PADA PERUSAHAAN
PT. ESKIMO PERDANA NIAGA
DI WONOGIRI**

(Studi Kasus Konsumen Es Kristal Merek ESKIMO di Wonogiri)



TUGAS AKHIR

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Persyaratan Guna
Mencapai Derajat Sarjana Ahli Madya Jurusan Manajemen Pemasaran
Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta**

Oleh:

YEHUDHA PERWIRA ARIAS HASTAMA

NIM. F3212075

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2016

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN PADA PT. ESKIMO PERDANA NIAGA DI WONOGIRI

Oleh:

YEHUDHA PERWIRA ARIAS HASTAMA

F3212075

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui mengetahui strategi pemasaran di PT. Eskimo Perdana Niaga dalam memasarkan produk es kristal merek ESKIMO pada konsumen di wilayah sekitar Wonogiri. PT. Eskimo Perdana Niaga Wonogiri sebagai produsen penyedia barang dalam bentuk es kristal. Sebagai barang *convenience goods*, es kristal ini memiliki frekuensi pembelian tinggi (sering dibeli), dibutuhkan dalam waktu segera, dan hanya memerlukan usaha yang minimum (sangat kecil) dalam perbandingan dan pembeliannya.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Bentuk promosi yang dilakukan PT. Eskimo adalah iklan radio yang berada di Kota Wonogiri dan memposting segala sesuatu yang berhubungan dengan PT. Eskimo di media sosial. Media sosial yang digunakan adalah *Facebook* dalam bentuk *Fanpage* dengan alamat www.facebook.com/pages/Pabrik-Es-Kristal-Eskimo.

Berdasarkan jawaban para konsumen, es kristal produk PT. Eskimo dinilai sangat memuaskan dan kualitasnya maksimal baik dari segi pengemasan, pendistribusian maupun ke higienisan es kristal yang diproduksi.

Kata kunci: strategi, pemasaran, PT. Eskimo Perdana Niaga Wonogiri

ABSTRACT

**MARKETING STRATEGY OF PT. ESKIMO PERDANA NIAGA
WONOGIRI**

Prepared by:

YEHUDHA PERWIRA ARIAS HASTAMA

F3212075

This study was conducted to determine determine a marketing strategy in PT.Eskimo Perdana Niaga in marketing the brand Eskimo ice crystals on consumers in the region around Wonogiri. PT. Eskimo Perdana Niaga Wonogiri as a manufacturer supplier of goods in the form of ice crystals. As goods convenience goods, ice crystals have high purchase frequency (often purchased), it takes time soon, and requires only a minimum of effort (very small) in comparison and purchase.

This research uses descriptive analysis. The data used are primary data and secondary data. Form of promotion conducted by PT. Eskimo is a radio advertisement in the city of Wonogiri and post everything related to the PT. Eskimo in social media. Social media is used in the form of a Facebook Fanpage with www.facebook.com/pages/Pabrik-Es-Kristal-Eskimo address.

Based on the responses of consumers, the ice crystal products PT. Eskimo is considered very satisfactory and maximum quality both in terms of packaging, distribution as well as hygienic ice crystals produced.

Keywords: strategy, marketing, PT. Eskimo Perdana Niaga Wonogiri

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir ini dengan judul:

**STRATEGI PEMASARAN PT. ESKIMO PERDANA NIAGA
DI WONOGIRI**

Surakarta, 11 Juni 2016

Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing



Denny Dwi Hartomo, S.E, M.Sc

NIP. 198312102008121002

PENGESAHAN

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh tim penguji Tugas Akhir Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi persyaratan guna mencapai derajat Sarjana Ahli Madya Jurusan Manajemen Pemasaran

Surakarta, 27 Juni 2016


Tim Penguji Tugas Akhir:

1. Ahmad Mujahid, S.E,M.Sc.

NIP.1979111820130201

2. Denny Dwi Hartomo, S.E, M.Sc

NIP. 198312102008121002


(.....)


(.....)

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret :

Nama Mahasiswa : YEHUDHA PERWIRA ARIASHASTAMA
Nomor Induk Mahasiswa : F3212075
Program Studi : Manajemen Pemasaran D3
Judul Tugas akhir : STRATEGI PEMASARAN PADA PERUSAHAAN PT
ESKIMO PERDANA NIAGA

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tugas Akhir yang saya buat ini adalah benar – benar karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/ saduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan ijazah dan pencabutan gelar sarjananya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar benarnya.

Surakarta, 27 Juni 2016



Yehudha Perwira Arias Hastama

NIM. F3212075

HALAMAN MOTTO

Sebab aku ini mengetahui rancangan-rancangan apa yang ada padaKU mengenai kamu, demikianlah firman Tuhan, yaitu rancangan damai sejahtera dan bukan rancangan kecelakaan, untuk memberikan kepadamu hari depan yang penuh harapan.

(Yeremia 29:11)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Semua karena cinta, bukan kuat dan gagahku. Semua semata – semata karena anugerah-Nya terlepas dari semua yang dunia berikan Hingga akhirnya selesai, dan dapat kupersembahkan karya kecilku ini untuk :

1. Yesus Kristus.
2. Bapak dan Mamah.
3. Semua pihak yang berkepentingan dengan Tugas Akhir ini.

KATA PENGANTAR

Syaloom.....

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah Bapa yang Maha Kuasa yang selalu melimpahkan berkatnya sehingga setelah melalui proses yang melelahkan, penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini guna memenuhi syarat memperoleh Derajat Sarjana Ahli Madya dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung, maka Tugas Akhir ini tak akan terselesaikan. Maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Allah Bapa, pembimbing sejati yang tidak pernah ingkar janji
2. Bapak, Mamah, yang mendidik dan menuntun perjalanan hidupku, sehingga penulis bisa menjadi sekarang ini, atas segala doa dan kasih sayang.
3. Bapak Deny Dwi Hartomo,SE,M.Sc, selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Segenap staf dan karyawan FE UNS, yang memberikan informasi,sarana dan prasarana, serta kemudahan – kemudahan untuk menyelesaika Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan Tugas Akhir ini masih banyak kekeurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun

sangat penulis harapkan untuk perbaikan Tugas Akhir ini. Akhirnya penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat berguna bagi semua pihak.

Surakarta, Juni 2016

PENULIS

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK	i
ABSTRACTION	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Metodologi Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pemasaran	8
B. Pengertian Strategi	11
C. Pengertian Strategi Pemasaran	12

D. Konsep Persaingan	13
E. Jenis Pasar	14
F. Nilai dan Kepuasan Pelanggan.....	16
G. Bauran Pemasaran	20
H. Kerangka Pemikiran	25
BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	27
B. Pembahasan	29
BAB IV PENUTUP	
A. Simpulan	6
B. Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	49

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Penentu Nilai	16
Gambar II.2 Kerangka Pemikiran	25
Gambar III.1 Struktur Organisasi	28
Gambar III.2 Penentu Nilai	44