

**ANALISA BAURAN PEMASARAN KERAMIK PADA
PT. KIA JAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik sebagai
Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh :

LESTARI HANDAYANI

N I M : 97410014

N I R M : 973123340250009



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2001**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Lestari Handayani

NIM : 97410014

NIRM : 973123340250009

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

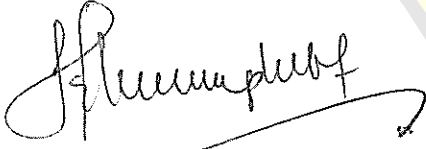
Judul Skripsi : ANALISA BAURAN PEMASARAN KERAMIK PADA
P.T KIA JAKARTA


Telah di periksa dan disetujui, untuk diajukan dan
diujikan di hadapan panitia penguji skripsi.

Jakarta, 2001

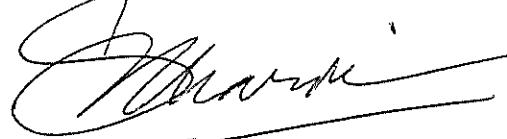
Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen

Menyetujui
1. Pembimbing Materi


(Dra. Endang Tri Pujiastuti)


(H. Chailid Ismail, SE, MM)

2. Pembimbing Teknis


(Sukardi, SE)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Lestari Handayani

NIM : 97410014

NIRM : 973123340250009

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul skripsi : ANALISA BAURAN PEMASARAN KERAMIK PADA
P.T KIA JAKARTA.

Telah diperiksa, dikaji dan diujikan dihadapan panitia
penguji skripsi pada tanggal.....2001 dengan hasil.....

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
1. Dr. Suharto Rahman	KETUA	()
2. Chaid Ismail, SE, MM	ANGGOTA PENGUJI	()
3. Drs. Paizi Buisyir	ANGGOTA PENGUJI	(<i>Buisyir</i>)

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lestari Handayani

NIM : 97410014

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul "ANALISA BAURAN PEMASARAN KERAMIK PADA P.T KIA JAKARTA", benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan jiplakan dari karya orang lain. Apabila dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini saya bersedia mempertanggungjawabkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yang menyatakan



Lestari Handayani

ABSTRAK

- (A) Lestari Handayani : 97410014/973123340250009.
- (B) ANALISA BAURAN PEMASARAN KERAMIK PADA P.T KIA
JAKARTA
- (C) Xi+ 77 Hal, 2 Gambar, 2 Tabel.
- (D) Kata kunci : Bauran Pemasaran.
- (E) **Alasan dan Tujuan Penelitian** : Untuk mengetahui langkah-langkah yang dilakukan oleh P.T KIA' dalam memperkenalkan produk kepada konsumen dan untuk mengetahui perkembangan hasil penjualan P.T KIA.
- (F) **Metode Penelitian** : Dalam penelitian ini digunakan metode pengumpulan data antara lain : metode kepustakaan, wawancara dan observasi.
Hasil Penelitian : P.T KIA adalah sebuah perusahaan swasta yang memproduksi dan memasarkan keramik dan genteng keramik, langkah yang diambil oleh P.T KIA dalam hal pengembangan produk adalah menghasilkan produk dengan kualitas terbaik dan menciptakan desain yang menarik sehingga dapat meningkatkan penjualan.
Kesimpulan dan saran : Bauran pemasaran erat kaitannya dengan hasil penjualan produk dan langkah yang diambil selama ini oleh P.T KIA telah berhasil membuat produk yang bermutu tinggi.
- (G) Daftar Acuan : 7 (Tahun 1990 - 2000)
- (H) Pembimbing Materi : H.Chalid Ismail, SE, MM.
Pembimbing Teknis : Sukardi, SE.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "ANALISA BAURAN PEMASARAN KERAMIK PADA P.T KIA JAKARTA."

Penulisan skripsi ini merupakan tugas akhir untuk memenuhi persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Darma Persada Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak dan Mama tercinta yang telah memberikan bantuan moril maupun materil serta semangat dan do'a.
2. Bapak Drs.H.Shanti Danu selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada jakarta.
3. Ibu Endang T.Pujiastuti selaku Ketua Jurusan Manajemen.

4. Bapak H.Chalid Ismail,SE,MM selaku Pembimbing Materi yang telah memberikan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai.
5. Bapak Sukardi,SE selaku Pembimbing Teknis.
6. Seluruh Staff karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Jakarta.
7. Ibu Andrea P.Tatang selaku Production Manager yang telah membantu dalam melakukan penelitian di P.T KIA Jakarta.
8. Eko yang telah memberikan bantuan moril hingga selesainya skripsi ini (thanks a lot of).
9. Nenek Q-boy, tita, titi, Iqo dan teman-teman angkatan 97 Dwi, sita, eni dan ina, makasih ya atas bantuannya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukannya.

Jakarta, 2001

PENULIS

(LESTARI HANDAYANI)

4. Bapak H.Chalid Ismail,SE,MM selaku Pembimbing Materi yang telah memberikan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai.
5. Bapak Sukardi,SE selaku Pembimbing Teknis.
6. Seluruh Staff karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Jakarta.
7. Ibu Andrea P.Tatang selaku Production Manager yang telah membantu dalam melakukan penelitian di P.T KIA Jakarta.
8. Eko yang telah memberikan bantuan moril hingga selesainya skripsi ini (thanks a lot of).
9. Nenek Q-boy, tita, titi, Igo dan teman-teman angkatan 97 Dwi, sita, eni dan ina, makasih ya atas bantuannya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukannya.

Jakarta, 2001

PENULIS

(LESTARI HANDAYANI)

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	2
C. Pembatasan Masalah	2
D. Tujuan Penelitian	3
E. Manfaat Penelitian	3
F. Metode Penelitian	3
G. Sistematika Penulisan	4

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian Pemasaran dan Bauran Pemasaran	6
B. Produk	9
C. Harga	12
D. Distribusi	15
E. Promosi	25
F. Konsep Pemasaran dan Konsep Penjualan	
1. Konsep Pemasaran	32
2. Konsep Penjualan	34
G. Pengertian Penjualan dan Tahap-tahap Penjualan	
1. Pengertian Penjualan	35
2. Tahap-tahap Penjualan	36

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Perkembangan Perusahaan	41
B. Struktur Organisasi	44
C. Ruang Lingkup Kegiatan Usaha	49
D. Proses Produksi dan Hasil Produksi	
a. Proses Produksi keramik	51
b. Hasil produksi P.T KIA	54

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN

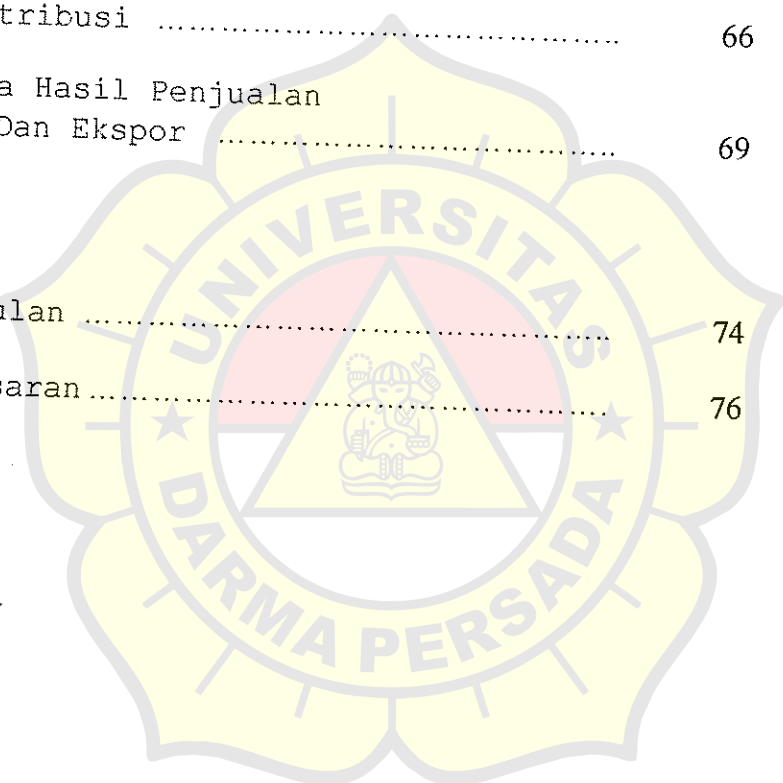
A. Bauran pemasaran yang dilakukan P.T KIA	
1. Produk	55
2. Harga	59
3. Promosi	62
4. Distribusi	66
B. Analisa Hasil Penjualan Lokal Dan Ekspor	69

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	74
B. Saran-saran	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



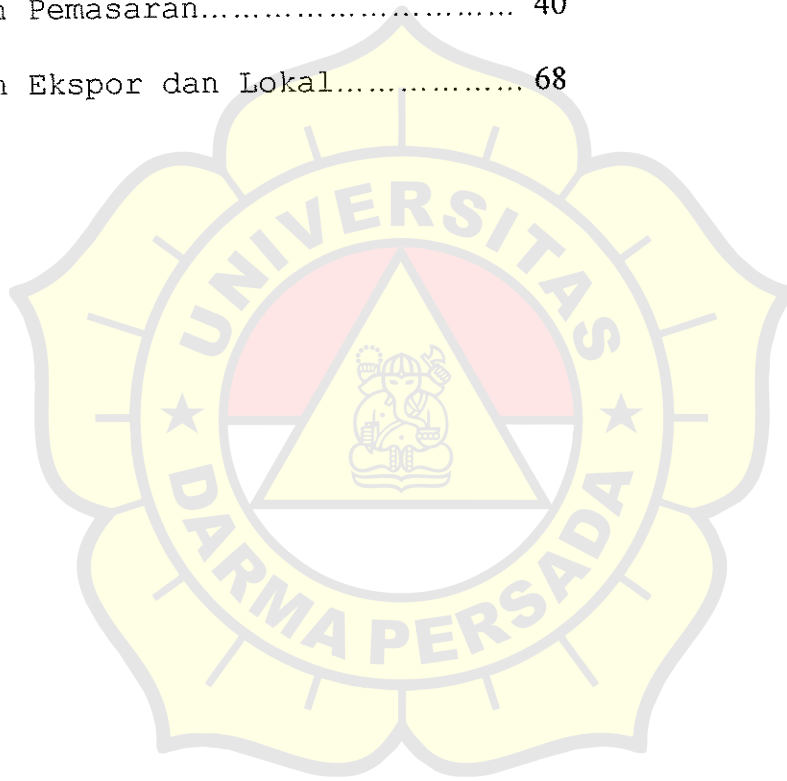
DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
IV.1. Biaya Promosi	65
IV.2. Hasil Penjualan Keramik Lokal dan Ekspor	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
II.1 Konsep Pemasaran dan Konsep penjualan.....	39
II.2 4P Dalam Bauran Pemasaran.....	40
IV.1 Hasil Penjualan Ekspor dan Lokal.....	68



BAB I

PENDAHULUAN

A. latar Belakang Masalah

Majunya perekonomian didalam negeri, permintaan masyarakat akan barang dan jasa semakin berkembang oleh karena itu perusahaan harus selalu tanggap terhadap perkembangan yang terjadi di lingkungan bisnisnya.

Pada dasarnya setiap perusahaan dalam melakukan usahanya mempunyai tujuan dan sasaran dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan keuntungan / laba perusahaan. Dengan demikian di butuhkan dua bagian yang sangat penting dan saling berkaitan, guna berhasilnya kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan yaitu sasaran pasar yang di tuju, dan acuan tingkat pemasaran yang di jalankan (marketing mix) untuk sasaran tersebut.

Perekonomian dalam negeri yang sedang berkembang saat ini memberi pengaruh pada meningkatnya usaha di

berbagai bidang pembangunan terutama untuk proyek-proyek besar dan perumahan, seperti peluang bisnis industri keramik P.T KIA. Salah satu daya tariknya adalah karena desain dan warna yang cukup menarik. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis tertarik untuk mengajukan skripsi dengan judul : "ANALISA BAURAN PEMASARAN KERAMIK PADA P.T KIA JAKARTA."

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan bauran pemasaran keramik pada P.T KIA?
2. Masalah-masalah apa yang berkaitan dengan keempat komponen dalam bauran pemasaran?

C. Pembatasan Masalah

Penelitian ini lebih dititikberatkan pada bauran pemasaran keramik P.T KIA dari tahun 1996 sampai dengan tahun 2000 secara menyeluruh baik dalam negeri maupun luar negeri.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pelaksanaan bauran pemasaran pada P.T KIA
2. Untuk memenuhi persyaratan ujian skripsi S.1 Manajemen Pemasaran.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis, dapat menambah wawasan tentang bauran pemasaran barang keramik pada P.T KIA.
2. Bagi perusahaan, diharapkan dapat memberikan gambaran dan masukan dalam mengevaluasi bauran pemasaran barang keramik di masa mendatang.

F. Metode Penelitian

1. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data untuk penelitian ini adalah menggunakan :

- a. Metode Kepustakaan, adalah dengan cara membaca dan mempelajari berbagai buku-buku literatur sebagai acuan dalam penulisan skripsi ini.
- b. Metode Wawancara , adalah mengajukan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan bauran pemasaran.

c. Metode Observasi, metode ini dilakukan penulis dengan mengamati secara langsung data penjualan barang keramik pada P.T KIA.

G. Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah memahami uraian ini penulis memberikan gambaran singkat tentang isi skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Dalam bab ini ditulis tentang pemahaman dari teori-teori yang digunakan dalam pembahasan meliputi pengertian dari pemasaran, pengertian bauran pemasaran, konsep pemasaran dan konsep penjualan, pengertian penjualan dan tahap-tahap penjualan.

BAB III: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menggambarkan tentang sejarah perkembangan perusahaan, struktur organisasi, dan ruang lingkup kegiatan usaha.

BAB IV : ANALISA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan mengenai bauran pemasaran yang dilakukan oleh P.T KIA, analisa hasil penjualan produk ekspor dan lokal.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab akhir dari skripsi yang berisikan kesimpulan dari pembahasan dalam bab-bab sebelumnya serta saran penulis yang kiranya dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan.