

**ANALISA BAURAN PEMASARAN
BARANG – BARANG DARI TIMAH
ALUMINIUM (MONEY TIN)
PADA CV. REKA USAHA SEKAWAN
DI JAKARTA**

Skripsi Sarjana ini diajukan sebagai salah satu
Persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi



Oleh

SYARIFUDIN HUSIN

NIM : 95410013

NIRM : 953123340250149

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA**

**JAKARTA
2001**

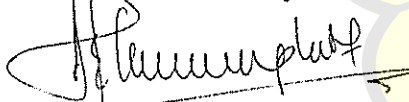
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Syarifudin Husin
Nomor Pokok : 95410013
N I R M : 953123340250149
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : ANALISA BAURAN PEMASARAN BARANG-BARANG
DARI TIMAH ALUMINIUM (MONEY TIN) PADA CV.
REKA USAHA SEKAWAN DI JAKARTA

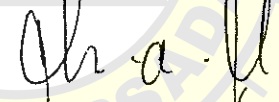
Telah diperiksa dan disetujui, untuk diajukan dan diujikan dihadapan panitia penguji Skripsi.

Jakarta, 22 Juni 2001

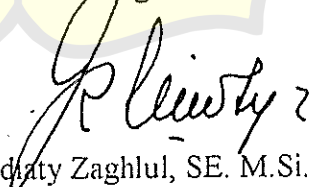
Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen


(Dra. Endang Tri Pujiastuti)

Menyetujui
1. Pembimbing Materi


(H. Cholid Ismail, SE)

2. Pembimbing Teknis


(Murdlaty Zaghlul, SE. M.Si.)

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Syarifudin Husin
NIM : 95410013
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul “ **Analisa Bauran Pemasaran Barang - Barang Dari Timah Aluminium (Money Tin) Pada CV. Reka Usaha Sekawan Di Jakarta**“ dibawah bimbingan benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun mencopy sebagian dari karya orang lain. Apabila dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini saya bersedia mempertanggungjawabkan.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yang menyatakan

Syarifudin Husin

ABSTRAK

- (A) Syarifudin Husin : 95410013 / 953123340250149
- (B) ANALISA BAURAN PEMASARAN BARANG -- BARANG DARI TIMAH ALUMINIUM (MONEY TIN) PADA C.V. REKA USAHA SEKAWAN DI JAKARTA.
(dibawah bimbingan H. Cholid Ismail, SE. sebagai pembimbing materi dan Murdiaty Zaglul, SE. M.Si. sebagai pembimbing tehknis)
- (C) xi + 68 Hal, 1 Gambar, 1 Grafik, 6 Tabel.
- (D) *Alasan dan Tujuan penelitian* : Untuk mengetahui usaha - usaha yang dilakukan C.V. Reka Usaha Sekawan agar produknya tetap dikenai konsumen dan perluasan sasaran penjualan serta dapat meningkatkan volume penjualan, meningkatkan laba. Untuk mengetahui bentuk / jenis perubahan produk dalam perkembangan produk yang dilakukan oleh C.V. Reka Usaha Sekawan terhadap Hasil Penjualan.
- (E) *Hasil Penelitian* : C.V. Reka Usaha Sekawan adalah perusahaan Tinplate dalam bentuk kemasan kaleng tanpa isi, C.V. Reka Usaha Sekawan melaksanakan proses pengembangan produk adalah untuk menghasilkan produk yang menarik dan berkualitas tinggi sehingga dapat meningkatkan target penjualan. Dalam pengembangan produk ini dapat memberikan dampak positif terhadap tingkat penjualan C.V. Reka Usaha Sekawan yang terus meningkat.
- (F) Daftar Pustaka : 11 (tahun 1981 - 1998)

(G) Dosen Pembimbing

H. Cholid Ismail, SE.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran ALLAH SWT. Yang telah melimpahkan rahmat-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ ANALISA BAURAN PEMASARAN BARANG –BARANG DARI TIMAH ALUMINIUM (MONEY TIN) PADA C.V REKA USAHA SEKAWAN DI JAKARTA.”

Merupakan syarat untuk menempuh ujian program strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi, jurusan manajemen pada Universitas Darma Persada Jakarta.

Penyusunan skripsi ini penulis mendapat bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua Orang Tua penulis yang telah banyak membantu baik secara moril maupun materil.
2. Bapak Drs. Shanti Danu, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Ibu Dra. Endang Tri Pujiastuti, selaku ketua Jurusan Manajemen dan Bapak Sukardi, SE., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen.
4. Bapak H. Cholid Ismail, SE. selaku Pembimbing Materi dan Ibu Murdiaty Zaghlul, SE. M.Si., selaku pembimbing teknis
5. Semua Staf Sekretariat Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

6. Irawan Budiana dan Istri yang telah membantu dan memberikan data CV. Reka Usaha Sekawan selaku Staf Quality Control.
7. Achmad Sanusi, Syamsudin, Ovic Cavalera, Tomy Edison, Ikka Rizkatiani dan Maryati yang telah memberikan motivasi hingga tersusunnya skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis, akan mendapat balasan yang sesuai dari ALLAH SWT.

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca dan terutama Perusahaan yang bersangkutan.

Jakarta,

PENULIS

(SYARIFUDIN HUSIN)

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GRAFIK	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	2
C. Pembatasan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian	3
E. Manfaat Penelitian	3
F. Metode Penelitian	3
G. Sistematika Penulisan	4
BAB II. LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran	6
B. Pengertian Strategi Pemasaran	11
C. Konsep Pemasaran dan Konsep Penjualan	

1. Konsep Pemasaran (The Marketing Concept).....	19
2. Konsep Penjualan (The Selling Concept)	21
D. Pengertian Penjualan dan Tahap – Tahap Penjualan	
1. Pengertian Penjualan	22
2. Tahap – Tahap Penjualan	24
E. Sorotan terhadap Konsumen di masa depan	
1. Pergeseran Ekonomi	28
2. Pengaruh Gaya Hidup	33
3. Produk Baru	37
4. Kehidupan Sehari-hari	38
5. Pendidikan	38
6. Berbelanja	39

BAB III. TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan	41
B. Struktur Organisasi Perusahaan	44
C. Proses Produksi dan Hasil Produksi Money Tin di	
CV. Reka Usaha Sekawan	
1. Sejarah Singkat Perusahaan	47
2. Hasil Produksi CV. Reka Usaha Sekawan	49

BAB IV. ANALISA PENJUALAN DAN PROSPEK PENJUALAN

DI C.V. REKA USAHA SEKAWAN

A. Realisasi Penjualan Produk Kotak Celengan (Money Tin)	
Di CV. Reka Usaha Sekawan	51
B. Strategi Bauran Pemasaran yang dilaksanakan	53
1. Strategi Produk	54
2. Strategi Harga	55
3. Strategi Distribusi	
a. Distribusi Dalam Negeri	57
b. Distribusi Luar Negeri	58
4. Strategi Promosi	
a. Periklanan	59
b. Penjualan Pribadi (Personal Selling)	61
c. Promosi Penjualan	61
1. Display (Pajangan)	62
2. Pameran	62
BAB V. PENUTUP	
A. Kesimpulan	66
B. Saran – Saran	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

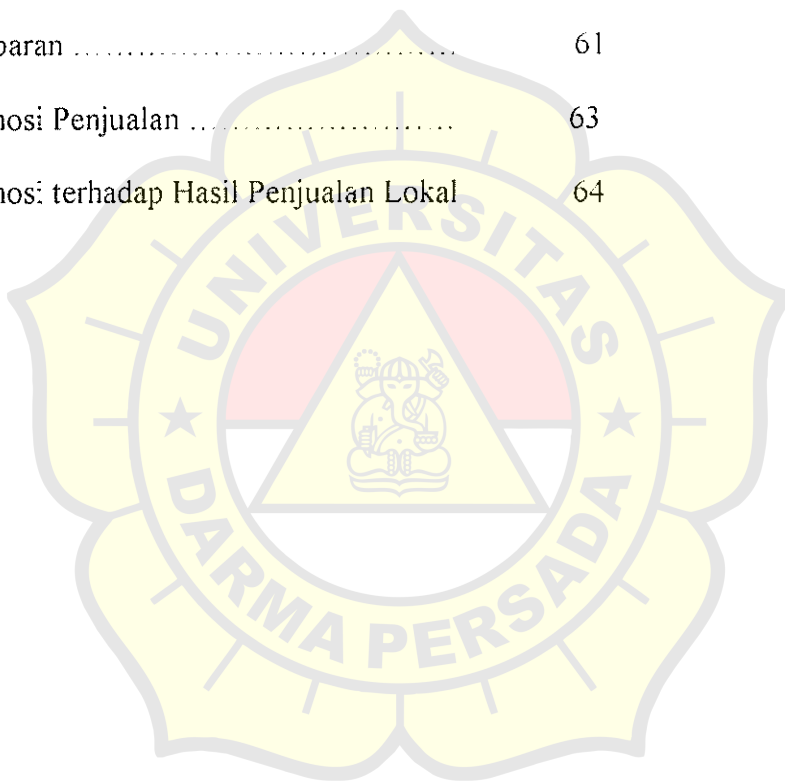
DAFTAR GRAFIK

Grafik	Halaman
IV – 1 Barang Lokal dan Ekspor tahun 1994 – 2000	53



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
IV – 1 Hasil Penjualan Kotak Celengan	52
IV – 2 Daftar Harga Celengan Pasar Dalam Negeri	56
IV – 3 Daftar Harga Celengan Pasar Luar Negeri	57
IV – 4 Persentase Biaya Selebaran	61
IV – 5 Persentase Biaya Promosi Penjualan	63
IV – 6 Persentase Biaya Promosi terhadap Hasil Penjualan Lokal	64



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam perkembangan Pemasaran yang lebih kompetitif dewasa ini setiap perusahaan berusaha mencapai pangsa pasar yang lebih besar. Perusahaan berusaha mempertahankan penjualan produk masing – masing.

Untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari setiap orang memerlukan pertukaran yang dimilikinya dengan perantaraan uang, dengan uang itu ia dapat membeli apa yang dibutuhkannya

Kebutuhan manusia yang beraneka ragam. Dan dari semua kebutuhan yang sama misalnya beras, ada yang menginginkan kualitas beras bagus, dan ada juga memiliki kualitas beras sedang. Jadi manusia dengan kebutuhannya merupakan kesatuan yang membentuk pasar. Seperti halnya kebutuhan makanan, minuman, pakaian, perumahan, alat transport, sekolah/pendidikan, kesehatan, kebersihan, kerohanian, hiburan, tempat ngobrol bersantai-santai dengan handai taulan. Bahkan juga setiap orang membutuhkan penghargaan dalam suatu bidang tertentu dari orang lain/masyarakat sekitarnya.

Pada dasarnya perusahaan dalam melakukan usahanya memiliki tujuan dan sasaran mencari laba. Barang hasil produksi, dijual ke pasar. Perusahaan membutuhkan pemasaran. Dalam merebut pasar perusahaan memilih komoditi yang akan dipasarkan. Mulai dari kebutuhan yang paling pokok seperti beras, makanan, minuman sampai dengan kebutuhan yang tidak pokok yaitu perhiasan,

Tutup gelas, topi dan lain-lainnya. Salah satu hasil industri yang masih dapat bertahan sampai saat ini adalah barang kotak celengan atau kas pribadi yang terbuat dari campuran timah aluminium (lembaran timah). Salah satu daya tariknya adalah karena barangnya ringan disamping desain seni gambarnya yang dibuat cukup menarik.

Sejauhmana perusahaan melihat bauran pemasaran terhadap penjualan produk kotak celengan yang bukan merupakan kebutuhan hidup yang lebih penting.

Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang industri dan pemasaran kotak celengan itu adalah CV. Reka Usaha Sekawan. Perusahaan ini terletak di daerah Kawasan Industri Pulo Gadung Jakarta. Produk celengan cukup dikenal oleh konsumen. Akankah produk celengan ini dapat bertahan ditengah kehidupan yang semakin sulit?. Hal inilah yang menarik perhatian penulis untuk membahasnya terutama ditinjau dari aspek pemasarannya. Untuk itu penulis mengkaji masalah ini dengan judul “ Analisa Bauran Pemasaran Barang-Barang Dari Timah Aluminium (Money Tin) pada C.V. Reka Usaha Sekawan di Jakarta.

B. Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang dikemukakan penulis adalah : Bagaimana bauran pemasaran barang Celengan (kas pribadi) di C.V. Reka Usaha Sekawan, sehingga dapat berlanjut kelangsungan perusahaan yang memang tergantung pada pesanan dari dalam negeri maupun luar negeri

C. Pembatasan Masalah.

Penelitian ini lebih dititikberatkan pada bauran pemasaran barang Kotak Celengan dari tahun 1994 sampai dengan tahun 2000 oleh CV. Reka Usaha Sekawan.

D. Tujuan Penelitian.

1. Untuk mengetahui bauran pemasaran baik di pasar dalam negeri maupun diluar negeri yang dilakukan C.V. Reka Usaha Sekawan.
2. Untuk memenuhi persyaratan ujian Sarjana strata satu konsentrasi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

E. Manfaat Penelitian.

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Sebagai bahan masukan dalam mengevaluasi bauran pemasaran barang Kotak Celengan pada CV. Reka Usaha Sekawan.
2. Sebagai bahan acuan perusahaan pada produk Celengan dimasa yang akan datang.

F. Metode Penelitian.

a. Penelitian Kepustakaan

Yang dimaksud dengan penelitian kepustakaan adalah mengadakan penelitian dari bahan – bahan yang ada di perpustakaan guna melengkapi

skripsi ini baik dari literatur-literatur, catatan kuliah, majalah-majalah dan bahan tertulis lainnya.

b. Metode Wawancara

Metode Wawancara ini mencakup pertanyaan-pertanyaan kepada Bapak Irawan Budiana Adi Wijaya selaku Staf Quality Control yang berhubungan dengan bauran pemasaran barang Kotak Celengan di CV Reka Usaha Sekawan.

c. Metode Observasi.

Metode ini dilakukan Penulis dengan mengamati secara langsung data penjualan barang-barang Kotak Celengan dari bulan Januari tahun 1994 sampai dengan tahun 2000 di CV. Reka Usaha Sekawan.

G. Sistematika Penulisan.

Dalam penulisan skripsi ini penulis membagi menjadi lima bab yang masing-masing terbagi dalam beberapa sub bab dengan perincian sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menguraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Dalam bab ini penulis menguraikan pengertian marketing, pengertian strategi bauran pemasaran, konsep pemasaran dan konsep penjualan, pengertian penjualan dan tahap-tahap penjualan, sorotan terhadap konsumen di masa depan.

BAB III. TINJAUAN UMUM

Dalam bab ini penulis membahas secara umum mengenai sejarah singkat berdirinya CV. Reka Usaha Sekawan, gambaran mengenai struktur organisasi, penjelasan mengenai proses produksi dan hasil produksi perusahaan.

BAB IV. ANALISA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis menguraikan mengenai realisasi penjualan produk-celengan, pelaksanaan strategi bauran pemasaran di CV.Reka Usaha Sekawan.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab terakhir ini penulis menarik kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan juga memberikan saran-saran yang mungkin bermanfaat bagi perusahaan yang bersangkutan, maupun pembaca lainnya.