

**STUDI KASUS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PARA PENGUSAHA
ROTAN PADA SENTRA INDUSTRI ROTAN DI DESA TRANGSAN
KABUPATEN SUKOHARJO**



Skripsi Diajukan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
pada Program Studi Akuntansi

Diajukan Oleh:

Mutya Khanza

A210150043

Kepada:

PENDIDIKAN AKUNTANSI

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

JULI, 2019

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : Mutya Khanza

NIM : A210150043

Program Studi : Pendidikan Akuntansi

Judul Skripsi : Studi Kasus Strategi Bauran Pemasaran Para Pengusaha Rotan Pada Sentra Industri Rotan Di Desa Trangsari Kabupaten Sukoharjo

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya serahkan ini benar-benar hasil karya saya sendiri dan bebas plagiat karya orang lain, kecuali secara tertulis diacu/dikutip dalam naskah dan disebutkan pada daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini hasil plagiat, saya bertanggung jawab sepenuhnya dan bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Surakarta, 24 Juli 2019
Yang membuat pernyataan



Mutya Khanza
A210150043

PERSETUJUAN

STUDI KASUS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PARA PENGUSAHA
ROTAN PADA SENTRA INDUSTRI ROTAN DI DESA TRANGSAN
KABUPATEN SUKOHARJO

Diajukan Oleh:

Mutya Khanza
A210150043

Skripsi telah disetujui oleh pembimbing skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta untuk dipertahankan di hadapan tim penguji skripsi.

Surakarta, 24 Juli 2019
Pembimbing



Drs. Djoko Suyandi, SE., M.Pd
NIDN : 0606085801

PENGESAHAN

STUDI KASUS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PARA PENGUSAHA
ROTAN PADA SENTRA INDUSTRI ROTAN DI DESA TRANGSAN
KABUPATEN SUKOHARJO

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Mutya Khanza
A210150043

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada hari Selasa, 30 Juli 2019
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Drs. Djoko Suwandi, SE., M.Pd
(Ketua Dewan Penguji)
2. Dra. Titik Asmawati, SE., M.Si
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Drs. Muhammad Yahya, M.Si
(Anggota II Dewan Penguji)



Surakarta,
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Dekan,



Prof. Dr. Harun Joko Prayitno, M.Hum
NIDN 0028046501

MOTTO

Bismillahirrohmanirrohim

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada ALLAH lah hendaknya kamu berharap”

~Al-Insyirah : 6-8~

“Semakin berat ujian yang diberikan oleh Allah, artinya Allah ingin kita menjadi pribadi yang semakin kuat. Allah ingin kita semakin dekat lagi dan senantiasa mengingat-Nya. Cobaan dan ujian merupakan tanda kecintaan Allah kepada hamba-Nya. Bersyukurlah ”

~Penulis~

Tersenyumlah. Walaupun cobaan selalu datang kepadamu.

~Penulis~

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini sebagai bentuk rasa syukur kepada Allah SWT atas nikmat yang diberikan dan shalawat serta salam tercurah kepada Rasulullah SAW sebagai tauladan dalam menjalankan amanah di dunia.

Kepada Bapak dan Ibuku tersayang, terimakasih atas semua pengorbanan, kasih sayang dan doa yang tak henti-hentinya tercurah untuk putri bungsumu ini.

ABSTRAK

Mutya Khanza/A210150043. **STUDI KASUS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PARA PENGUSAHA ROTAN PADA SENTRA INDUSTRI ROTAN DI DESA TRANGSAN KABUPATEN SUKOHARJO.** Skripsi. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Juli 2019.

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana menyeluruh terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan. Strategi pemasaran itu sendiri masuk dalam suatu bauran pemasaran meliputi produk, harga, promosi dan saluran distribusi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan (1) Strategi produk pada industri kerajinan rotan di Desa Trangsan Sukoharjo; (2) Strategi harga pada industri kerajinan rotan di Desa Trangsan Sukoharjo; (3) Strategi promosi pada industri kerajinan rotan di Desa Trangsan Sukoharjo; (4) Strategi saluran distribusi pada industri kerajinan rotan di Desa Trangsan Sukoharjo. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif, dan desain penelitian menggunakan studi kasus dan etnografi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Subyek dalam penelitian ini adalah pemilik usaha kerajinan Rotan Trangsan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Strategi produk Sentra Industri Rotan Trangsan meliputi perencanaan produk, kemasan produk, dan kualitas produk; (2) Strategi harga Sentra Industri Rotan Trangsan melakukan penetapan harga jual dan potongan harga; 3) Strategi promosi yang digunakan dengan melalui e-mail, website, Desa Wisata Rotan Trangsan, dan pameran; (4) Strategi distribusi yang dilakukan Sentra Industri Rotan Trangsan dengan pemilihan saluran distribusi dan sarana pengangkutan.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Promosi, Saluran Distribusi

ABSTRACT

Mutya Khanza/A210150043. **CASE STUDY OF MARKETING MIX STRATEGY OF RATTAN ENTREPRENEURS AT RATTAN INDUSTRIAL SENTRA IN TRANGSAN VILLAGE, SUKOHARJO DISTRICT.** *Research paper. Teacher Training and Education Faculty. Universitas Muhammdiyah Surakarta. Juli 2019*

Basic of marketing strategy is a thorough intergrated and become marketing sector that give a way about activity will be progress to get marketing purpose. The marketing strategy join in marketing mix include product, price, promotion, and distribution duct. The purpose of researcher is to describe (1) Product of strategy in the craft rattan in Trangsan village; (2) Price of strategy in the craft rattan in Trangsan village; (3) Promotion of strategy in the craft rattan in Trangsan village; (4) Distribution duct of strategy in the craft rattan in Trangsan village. This researcher is the research qualitative, the descriptive qualitative is applied in this research and the research design used case study and ethnography. The collecting data are to do interview, observastion, and documentation. The subjects in this study were the owners of the Trangsan Rattan handicraft business. The result of the research that : (1) Product of strategy in the Sentra indusrty rattan Trangsan include the plan of product, the sachet of product, quality of product; (2) Price of strategy in the Sentra indusrty rattan Trangsan do decree the price and the discount; (3) Promotion of strategy through e-mail, website, the tour of rattan Trangsan Village, and exhibtion; (4) Distribution duct of strategy in the Sentra indusrty rattan Trangsan do election of distribution duct and the transport of tools.

Keywords : *Marketing mix, Product, Price, Promotion, and Distribution Duct*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum W. W.

Alhamdulillahirobbil'alamiin, puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya saya bisa menyelesaikan karya ilmiah berupa Skripsi ini dengan judul **Studi Kasus Strategi Bauran Pemasaran Para Pengusaha Rotan Pada Sentra Industri Rotan Di Desa Trangsan Kabupaten Sukoharjo**. Skripsi ini disusun untuk memperoleh gelar sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Akuntansi.

Penulis menyadari sepenuhnya tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, penulis tidak akan menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Harun Joko Prayitno, M.Hum Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Prof. Dr. Harsono, Su, Kepala Program Studi Pendidikan Akuntansi FKIP UMS dan Pembimbing Akademik (PA) yang telah mengarahkan dan memberikan nasehat selama perkuliahan.
3. Drs. Djoko Suwandi, SE., M.Pd, dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu dan pikiran dalam membimbing dan memberikan pengarahan, ilmu dan nasehat sehingga penulis mampu menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu dan Bapak Dosen Program Studi Pendidikan Akuntansi FKIP UMS yang dengan tulus membimbing dan mendidik selama perkuliahan.
5. Bapak dan Ibu-ku tercinta yang selalu dan senantiasa memberikan bimbingan, dorongan, nasehat dan doa yang tulus kepada penulis
6. Kakakku Rizky Eka Prasetya dan Agustin Sholehati yang tak pernah lelah dalam mendukung, memberi semangat, dan mendoakan dalam pengerjaan skripsi ini.
7. Teman-teman sekolahku Renita, Lejar, Trisna, dan teman-teman yang lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah menyemangati, memotivasi, dan membantu dalam pengerjaan skripsi ini.

8. Wahyu Okik Setiawan yang yang tak henti-hentinya memberikan motivasi dan selalu ada dalam keadaan susah maupun senang dari awal perkuliahan sampai saat ini.
9. Teman-teman seimbanganku Dinda, Linda, Ria, Norma, yang tak henti-hentinya memberi motivasi dan selalu ada dalam pengerjaan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Akuntansi kelas B Angkatan 2015 yang turut serta menyemangati sampai terselesaikannya skripsi ini.
11. Semua pihak yang telah membantu namun tidak dapat disebutkan satu persatu.

Surakarta, 24 Juli 2019

Yang membuat pernyataan

Mutya Khanza
A210150043

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN.....	ii
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Landasan Teori.....	5
1. Pengertian Pemasaran	5
2. Bauran Pemasaran	6
B. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	11
BAB III METODE PENELITIAN.....	15
A. Jenis dan Desain Penelitian	15
B. Tempat dan Waktu Penelitian	16
C. Data, Sumber Data dan Narasumber	16
D. Kehadiran Peneliti	17
E. Teknik Pengumpulan Data	17
F. Keabsahan Data	19

G. Teknik Analisis Data.....	20
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	22
A. Hasil Penelitian	22
1. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	22
2. Deskripsi Data	30
B. Pembahasan	39
1. Produk	39
2. Harga	43
3. Promosi.....	44
4. Saluran Distribusi.....	48
C. Keterbatasan Penelitian	50
BAB V PENUTUP.....	51
A. Simpulan	51
B. Implikasi.....	52
C. Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Komposisi penduduk menurut jenis kelamin.....	24
Tabel 4.2 Komposisi Penduduk Menurut Agama	25
Tabel 4.3 Sarana Pendidikan.....	26
Tabel 4.4 Sarana Perekonomian dan Perdagangan	26
Tabel 4.5 Data Narasumber.....	30
Tabel 4.6 Hasil Wawancara Produk.....	33
Tabel 4.7 Hasil Wawancara Harga.....	35
Tabel 4.8 Hasil Wawancara Promosi	37
Tabel 4.9 Hasil Wawancara Saluran Distribusi	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Bauran Pemasaran	6
Gambar 3.1 Tahap dalam Analisis Data (<i>interactive model</i>).....	20
Gambar 4.1 Peta Kecamatan Gatak	24
Gambar 4.2 Struktur organisasi Klaster Industri Rotan Trangsang	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian	58
Lampiran 2 Struktur Organisasi Klaster Industri Rotan Trangsan.....	59
Lampiran 3 Data Pengusaha Dan Pengrajin Rotan Trangsan	60
Lampiran 4 Kisi-kisi Instrumen Penelitian	68
Lampiran 5 Pedoman Wawancara	69
Lampiran 6 Pedoman Observasi	70
Lampiran 7 Lembar Observasi.....	72
Lampiran 8 Hasil Wawancara.....	75
Lampiran 9 Dokumentasi Pelaksanaan Penelitian.....	88