

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DI SARMILA ORCHID
PEMALANG DALAM MEMASARKAN PRODUK**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon



Oleh:

NURLATIFAH

NIM. 1908302052

JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

SYEKH NURJATI CIREBON

2023

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DI SARMILA ORCHID
PEMALANG DALAM MEMASARKAN PRODUK**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam
IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Disusun oleh:

NURLATIFAH

NIM 1908302052

**SYEKH NURJATI
CIREBON**

JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM SYEKH NURJATI

CIREBON

ABSTRAK

“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DI SARMILA ORCHID PEMALANG DALAM MEMASARKAN PRODUK”

Bisnis anggrek kini semakin jaya di Indonesia. Jumlah peminat wirausaha anggrek juga terus bertambah. Ini juga meningkatkan persaingan. Seperti contohnya dalam konteks penelitian ini, yakni mengarah pada sebuah usaha tanaman anggrek bernama Sarmila Orchid di Pemalang, dengan bermunculannya berbagai kompetitor baru Sarmila Orchid harus mampu bersaing dan menggunakan strategi komunikasi pemasaran yang tepat agar konsumennya tidak berpindah ke tempat lain.

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan tersebut, maka pertanyaan penelitian yang diajukan oleh penulis adalah (1) Bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Sarmila Orchid Pemalang dalam memasarkan produk? (2) Bagaimana faktor penghambat dan pendukung strategi komunikasi pemasaran Sarmila Orchid Pemalang? (3) Bagaimana implementasi bauran pemasaran 4P di Sarmila Orchid Pemalang?

Tujuan penelitian ini untuk (1) Untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Sarmila Orchid Pemalang dalam memasarkan produk (2) Untuk mengetahui faktor penghambat dan faktor pendukung strategi komunikasi pemasaran di Sarmila Orchid Pemalang (3) Untuk mengetahui implementasi bauran pemasaran 4P di Sarmila Orchid Pemalang.

Dalam penelitian ini metodologi penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer berupa hasil wawancara dengan narasumber yaitu pemilik Sarmila Orchid, bagian pemasaran Sarmila Orchid, dan pelanggan Sarmila Orchid, hasil observasi, dan hasil dokumentasi terkait Sarmila Orchid. Adapun data sekundernya ialah buku, artikel, jurnal, dan internet. Teknik pengumpulan datanya melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti yaitu studi kasus menurut Gunawan.

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan pembahasan, penulis menyimpulkan bahwa (1) Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Sarmila Orchid sudah cukup baik namun penggunaan media sosial kurang maksimal (2) Faktor pendukung terdapat pada pihak Sarmila Orchid dan pelanggan yang mempunyai hubungan baik dan saling menyimpan nomor telepon sementara faktor penghambat terdapat pada kurangnya pengetahuan bagian pemasaran mengenai jenis anggrek saat menyampaikan ke pelanggan (3) Implementasi bauran pemasaran di Sarmila Orchid Pemalang sudah cukup baik.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Anggrek, Faktor pendukung, Faktor penghambat, Bauran Pemasaran

ABSTRACT

“MARKETING COMMUNICATION STRATEGY AT SARMILA ORCHID PEMALANG IN MARKETING PRODUCTS”

The orchid business is now increasingly victorious in Indonesia. The number of orchid entrepreneur enthusiasts is also increasing. It also increases competition. As an example in the context of this research, which leads to an orchid plant business called Sarmila Orchid in Pemalang, with the emergence of various new competitors Sarmila Orchid must be able to compete and use the right marketing communication strategy so that its consumers do not move to other places.

Based on the background described above, the research questions posed by the author are (1) How is the marketing communication strategy used by Sarmila Orchid Pemalang in marketing the product? (2) What are the inhibiting and supporting factors for Sarmila Orchid Pemalang's marketing communications strategy? (3) How is the implementation of the 4P marketing mix at Sarmila Orchid Pemalang?

The purpose of this study was to (1) To find out the marketing communication strategy used by Sarmila Orchid Pemalang in marketing the product (2) To find out the inhibiting factors and supporting factors for the marketing communication strategy at Sarmila Orchid Pemalang (3) To find out the implementation of the 4P marketing mix at Sarmila Orchid Pemalang .

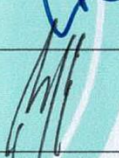
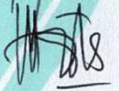
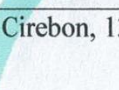
In this study the research methodology used by the author is a qualitative research with a case study approach. The data source in this study uses primary data in the form of interviews with informants, namely the owner of Sarmila Orchid, the marketing department of Sarmila Orchid, and customers of Sarmila Orchid, the results of observations, and the results of documentation related to Sarmila Orchid. The secondary data are books, articles, journals, and the internet. Data collection techniques through in-depth interviews, observation, and documentation. The data analysis technique used by researchers is a case study according to Gunawan.

Based on the results of research analysis and discussion, the authors conclude that (1) The marketing communication strategy carried out by Sarmila Orchid is quite good but the use of social media is not optimal. (2) The supporting factor is Sarmila Orchid and the customer who have a good relationship and keep phone numbers with each other, while the inhibiting factor is the lack of knowledge of the marketing department regarding the type of orchid when conveying it to the customer (3) The implementation of the marketing mix at Sarmila Orchid Pemalang is quite good.

Keywords : Marketing Communication, Orchids, supporting factors, inhibiting factors, marketing mix

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul : **“Strategi Komunikasi Pemasaran di Sarmila Orchid Pemalang Dalam Memasarkan Produk”**. Oleh Nurlatifah, NIM. 1908302052, telah dimunaqosyahkan pada tanggal 13 Maret 2023 di hadapan penguji dan dinyatakan lulus. Skripsi ini telah memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Institut Agama islam Negeri (IAIN Syekh Nurjati Cirebon).

Panitia Munaqosyah	Tanggal	Tanda Tangan
Ketua Jurusan H. Aan Mohamad Burhanudin, MA NIP. 197805082009011012	16/3 2023	
Sekretaris Jurusan Asriyanti Rosmalina, M.Ag NIP. 197803312007102004	15/3 2023	
Penguji I Dr. Arief Rachman, M.Si NIP. 196909272000031003	15/3 2023	
Penguji II H. Syaeful Badar, MA NIP. 196809222014111001	17/3 2023	
Pembimbing I H. Aan Mohamad Burhanudin, MA NIP. 197805082009011012	16/3 2023	
Pembimbing II Rani Ika Wijayanti, M.Med.Kom NIP. 199005142019032011	15/3 '2023	

Cirebon, 13 Maret 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam



Dr. Siti Fatimah, M.Hum

NIP. 196509141998032001

LEMBAR PERSETUJUAN

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DI SARMILA ORCHID
PEMALANG DALAM MEMASARKAN PRODUK

Oleh :

NURLATIFAH

NIM 1908302052

Menyetujui :

Pembimbing I

Pembimbing II

H. Aan Mohamad Burhanudin, MA

NIP. 197405082009011012

Rani Ika Wijayanti, M.Med.Kom

NIP. 199005142019032011

Mengetahui,

Ketua Jurusan KPI



H. Aan Mohamad Burhanudin, MA

NIP. 197405082009011012

NOTA DINAS

Kepada

Yth. Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

IAIN Syekh Nurjati Cirebon

di

Cirebon

Assalamualaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi berikut ini.

Nama : Nurlatifah

NIM : 1908302052

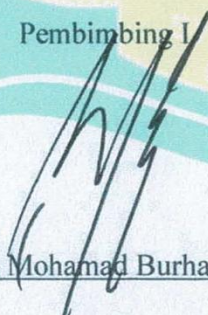
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran di Sarmila Orchid Pernalang dalam Memasarkan Produk

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon untuk dimunaqosyahkan.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Pembimbing I

Pembimbing II


H. Aan Mohamad Burhanudin, MA

NIP. 197405082009011012


Rani Ika Wijayanti, M.Med.Kom

NIP. 199005142019032011

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmaanirrahim

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurlatifah

NIM : 1908302052

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran di Sarmila Orchid Pemalang dalam Memasarkan Produk

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya penulis yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana (S-1) di IAIN Syekh Nurjati Cirebon
2. Semua sumber yang penulis gunakan dalam penulisan skripsi ini telah dicantumkan sesuai ketentuan atau pedoman karya tulis ilmiah
3. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini sebagian maupun seluruh isinya merupakan karya plagiat, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, 1 Maret 2023



73AKX363842778

Nurlatifah
NIM. 1908302052

PERSEMBAHAN

Puji syukur Alhamdulillah, peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala Rahmat, Hidayah, Inayah, dan Karunia-Nya kepada peneliti, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis dedikasikan skripsi yang sederhana ini kepada :

Kedua orang tua saya, yang telah senantiasa memberikan motivasi, semangat, doa terbaik, dan menyisihkan finansialnya sehingga saya bisa menyelesaikan masa studi saya.

Terimakasih kepada Bapak H. Aan Mohamad Burhanudin , MA selaku ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan selaku pembimbing I, Ibu Asriyanti Rosmalina selaku sekretaris jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, serta terimakasih juga kepada Ibu Rani Ika Wijayanti M.Med.Kom selaku pembimbing II. Dan seluruh Bapak serta Ibu Dosen Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Dan juga kepada Ibu Ike dan Staff jurusan.

Terimakasih juga kepada pihak Sarmila Orchid dan para pelanggannya yang sudah bersedia untuk saya wawancarai, sehingga saya dapat memperoleh data yang mendukung guna mengerjakan skripsi ini.

Terimakasih kepada teman-teman KPI B angkatan 2019, teman-teman dari jurusan lain yang namanya tidak dapat saya sebutkan satu persatu, dan teman-teman saya yang berasal dari Pemasaran. Terimakasih telah mendengarkan keluhan kesahku dan memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi ini.

Terimakasih kepada diri saya sendiri yang mau dan mampu bertahan, berjuang, dan berusaha sekuat yang saya bisa. Terimakasih karena sudah bertahan untuk tetap kuat sampai detik ini.

RIWAYAT HIDUP



Nama Lengkap : Nurlatifah

Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 28 Januari 2001

Jenis Kelamin : Perempuan

Telp/HP : 095228402482

Email : Nurlatifah2801@gmail.com

Alamat Lengkap : Desa Beji Rt001/Rw014,
Kec.Taman, Kab. Pemalang, Provinsi Jawa
Tengah, Indonesia

Riwayat Pendidikan :

1. SD Negeri 1 Penggarit 2007-2013
2. SMP Negeri 2 Taman 2013-2016
3. SMA Negeri 2 Pemalang 2016-2019
4. IAIN Syekh Nurjati Cirebon Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam,
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam 2019-2023

Riwayat Organisasi :

1. Divisi Cinema sebagai penulis naskah 2019-2020
2. Divisi Jurnalistik 2019-2020

MOTTO HIDUP

“Jadilah seperti bunga yang memberikan keharuman bahkan kepada tangan yang telah menghancurkannya”

`Ali bin Abi Thalib



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran di Sarmila Orchid Pemalang dalam Memasarkan Produk.” Berkat pertolongan serta nikmat yang diberikan oleh Allah SWT penulis dapat melewati rintangan dan tantangan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Selawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta keluarganya, sahabatnya, dan semoga sampai kepada kita semua selaku umatnya. Aamiin ya rabbal alamin.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk teman-teman di jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Pada penyusunan skripsi ini, tentu saja tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak yang sangat membantu peneliti hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ucapan terimakasih peneliti sampaikan kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof Dr. H Aan Jaelani M.Ag, selaku Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Ibu Dr. Siti Fatimah, M. Hum, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak H. Aan Mohamad Burhanudin, MA, selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
4. Ibu Asriyanti Rosmalina, M.Ag, selaku Sekretaris jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
5. Bapak H. Aan Mohamad Burhanudin, MA, selaku Dosen Pembimbing Skripsi I.

6. Ibu Rani Ika Wijayanti, M.Med.Kom, selaku Dosen Pembimbing Skripsi II.
7. Kedua orang tua saya
8. Pihak Sarmila Orchid selaku Narasumber
9. Rekan seperjuangan mahasiswa KPI IAIN Syekh Nurjati Cirebon angkatan 2019.

Akhir kata penulis ucapkan terimakasih banyak kepada berbagai pihak yang turut memberikan dukungan, semoga Allah SWT. senantiasa membalas setiap dukungan yang diberikan kepada penulis.

Penulis berharap siapapun yang membaca skripsi ini semoga mampu mengambil ilmu yang ada di dalamnya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan dapat menambah ilmu pengetahuan.

Cirebon, 1 Maret 2023

Nurlatifah

NIM. 1908302052

DAFTAR ISI

COVER.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN.....	v
NOTA DINAS.....	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
RIWAYAT HIDUP.....	ix
MOTTO HIDUP.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. IDENTIFIKASI MASALAH.....	2
C. PEMBATAHAN MASALAH.....	3
D. PERUMUSAN MASALAH.....	3
E. TUJUAN PENELITIAN.....	4
F. KEGUNAAN PENELITIAN.....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
A. KAJIAN TEORI.....	6
B. PENELITIAN TERDAHULU.....	27
BAB III METODOLOGI DAN DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN.....	32
A. METODOLOGI.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
A. HASIL PENELITIAN.....	42
B. PEMBAHASAN.....	55
BAB V PENUTUP.....	63
A. KESIMPULAN.....	63

B. IMPLIKASI.....	65
-------------------	----

C. SARAN.....	65
---------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

