

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN DALAM PENJUALAN  
PRODUK BUSANA**

**( Survei Pada Pengusaha Busana di Mall Arion dan Pasar Sunan Giri )**

**SUCI WIDIYANINGSIH**

**5525072541**



Skripsi ini ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar  
Sarjana Pendidikan

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA BUSANA  
JURUSAN ILMU KESEJAHTERAAN KELUARGA  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2012**

## **ABSTRAK**

**SUCI WIDIYANINGSIH**, Analisis Bauran Pemasaran Dalam Penjualan Produk Busana.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data mengenai bauran pemasaran dalam penjualan produk busana, yang meliputi produk, harga, distribusi/tempat dan promosi.

Lokasi penelitian Mall Arion yang berlokasi di Jalan Pemuda kav. 3-4, Rawamangun, Jakarta Timur dan Pasar Sunan Giri yang berlokasi di Jalan Balai Pustaka Raya, Jakarta Timur. Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan selama enam bulan, mulai dari bulan November 2011 sampai dengan April 2012.

Jumlah sampel diambil dengan menggunakan teknik *Snowball Sampling*. Dengan demikian jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 15 orang.

Penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Data dianalisis menggunakan teknik triangulasi data untuk mengetahui bauran pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha di Mall Arion dan Pasar Sunan Giri.

Hal ini dibuktikan bahwa produk yang dipasarkan ialah busana formal pria, busana wanita remaja, busana wanita dewasa dengan bahan dasar batik, busana muslim, pakaian anak-anak, Assesories seperti tas, sepatu, dan bros, tekstile atau bahan, kebaya dan gaun. Harga yang ditawarkan oleh pengusahaan busana berbeda-beda, untuk jenis usaha retail busana formal pria tergantung dari kualitas bahan yang digunakan dan jenis busana, sedangkan untuk usaha modiste, harga yang ditawarkan tergantung dari desain dan material yang digunakan.

Pemilihan tempat usaha di pengaruhi oleh letak lokasi yang ramai, dan strategis sehingga mudah dijangkau, strategis dapat dikategorikan dekat dengan perkantoran, kampus atau sekolah. Kegiatan promosi menggunakan media seperti media elektronik dan media cetak. Promosi yang dilakukan dengan media elektronik biasanya melalui *website*, *facebook*, *Blackberry Messager (BBM)*, dan *By Phone*. Untuk media cetak biasanya dilakukan lewat katalog dan majalah.

## **ABSTRACT**

**SUCI WIDIYANINGSIH**, Analysis Marketing Mix In Product Sale Of Clothing.

The purpose of this research are to know data about analysis marketing mix in product sale of clothing including product, price, place and promotion.

Research located in Arion Mall at Jalan Pemuda kav. 3-4, Rawamangun, Jakarta Timur and Sunan Giri Market at Jalan Balai Pustaka Raya, Jakarta Timur. As for the research carried out for 6 months, start from November 2011 to April 2012.

The number of samples which in this study were determined using snowball sampling technic. Thus the number of samples in the research as 15 people.

The author used qualitative description method by collecting data technic both interview and observation as well as documentation. Data is analyzed by using data triangulation technic to gain marketing mix that has been doing by entrepreneur in Arion Mall and Sunan Giri Market.

This is proved that product what is sold, there are formal men clothes, girl dress, woman dress that is made of batik, moslem dress, children dress, accessories such as bag, shoes, brooch, textile of the fabric, kebaya (coat for woman) and gown. The price that is offered by seller has kind of differential, for men clothes retail stuff depends on both material quality and kind of clothes. Meanwhile for modiste stuff depends on design and material.

The market spot election is influenced of lively and strategic location so that it can be easy to reached, this could be classified near by office, college or school, besides, if they have other place for distributing the product. The promotion is executed not only via electronic media such as we, facebook, blackberry messenger (BBM), and by phone, but also via print media such catalogue and magazine.

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

## PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

<b>Nama / Jabatan</b>	<b>Tanda Tangan</b>	<b>Tanggal</b>
<b>Dosen Pembimbing Materi</b>		
<u>Dra. Suryawati, M.Si</u> NIP. 19640424 198811 2 001	.....	(        )
<b>Dosen Pembimbing Metodologi</b>		
<u>Shinta Doriza, M.Pd., M.S.E.</u> NIP. 19751115 200604 2 001	.....	(        )

## PERSETUJUAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

<b>Nama / Jabatan</b>	<b>Tanda Tangan</b>	<b>Tanggal</b>
<b>Ketua</b>		
<u>Dra. Vivi Radiona SP, M.Pd</u> NIP. 19620911 198803 2 001	.....	(        )
<b>Sekretaris</b>		
<u>Vera Utami GP, S.Pd, M.Ds</u> NIP. 19811219 200604 2 001	.....	(        )
<b>Dosen Ahli</b>		
<u>Esty Nurbaety, M.KM</u> NIP. 19740928 199903 2 001	.....	(        )

Tanggal lulus : 2 Juli 2012

## **LEMBAR PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik dari Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri dengan arahan dosen pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juni 2012

Yang membuat pernyataan,

**Suci Widyaningsih**

**5525072541**

## **LEMBAR PERSEMPAHAN**

Perjuangan ini kupersembahkan untuk :

Allah SWT Yang Maha Pencipta dan Penyayang serta pemilik segala macam ilmu didunia ini...

Kedua orang tuaku yang telah memberikan doa, semangat dan kasih sayang yang sangat berharga untukku, yang selalu bangga dengan kemampuanku, yang selalu berikhlas dan berdoa untukku dan untuk anak-anaknya...

Adikku yang selalu memberi semangat, motivasi dan selalu mengerti kesulitanku, selalu membuat selalu senang disetiap sedihku dan selalu ada disetiap hari-hariku...

Teman-teman yang selalu ada untukku, yang selalu berbagi dalam suka dan duka, hari-hariku takkan indah tanpa kalian yang selalu mengisi kekosongan dengan tawa dan canda dari kalian...

“ Hal terbaik dalam hidup ini adalah ketika kita mempunyai nilai bagi orang lain. Tidakdiri memberi kita atribut, tapi adakah yang tau kemana lagi tanggap nasib akan membawa kita. Kalau Kita tidak pernah mencoba, maka kita tidak akan tahu batas kemampuan kita, jangan mudah kalah oleh rasa malas, karena ia adalah musuh utama kesuksesan didunia dan akhirat.”.

( Suci )

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirohmanirrohim,*

Segala puji kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat serta hidayahNya kepada penulis dan memberikan kesempatan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Analisis Bauran Pemasaran Dalam Penjualan Produk Busana “.

Penulis skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan di Jurusan Ilmu Kesejahteraan Keluarga , Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta. Selesainya penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan semangat dari orang-orang yang ada di sekeliling penulis, dalam kesempatan ini, penulis mengungkapkan terima kasih kepada :

1. Prof. DR. Basuki Wibawa, M.Pd selaku Dekan Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.
2. Dra. Melly Prabawati, M.Pd selaku Ketua Jurusan Ilmu Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.
3. Dra. Suryawati, M.Si selaku Ketua Program Studi Pendidikan Tata Busana dan Dosen Pembimbing Materi yang telah sabar untuk memberikan bimbingan dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Shinta Doriza, M.Pd., M.S.E. selaku Dosen Pembimbing Metodologi yang telah sabar untuk memberikan bimbingan dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Seluruh dosen pengajar di Program studi tata busana atas segala bimbingan dan didikannya selama ini.
6. Kepada orang tuaku, bapak dan ibu serta adikku tersayang yang telah memberikan doa, motivasi, semangat dan baik moril dan materil yang tak ternilai harganya, tanpa mereka dunia tidak akan penuh warna.
7. Seluruh 15 narasumber atau informan yang tersebar di Mall Arion dan Pasar Sunan Giri.
8. Teman-teman mahasiswa Pendidikan Tata Busana reguler dan non regular angkatan 2007.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini kurang sempurna, namun ini usaha maksimal yang penulis lakukan dan untuk itu penulis mengharapkan kritik, ide dan saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Akhir kata semoga skripsi ini berguna bagi pembaca.

Jakarta, Juni 2012

Penulis,

**Suci Widiyaningsih**

**5525072541**

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	i
<b>ABSTRACT .....</b>	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	iv
<b>LEMBAR PERSEMPAHAN .....</b>	v
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	vi
<b>DAFTAR ISI .....</b>	viii
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	xiii
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Pembatasan Masalah .....	6
D. Perumusan Masalah .....	7
E. Tujuan Penelitian .....	7
F. Kegunaan penelitian .....	7
 <b>BAB II LANDASAN TEORITIS DAN KERANGKA BERPIKIR</b>	
A. Landasan Teoritis .....	9
1. Pengertian Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ). . . . .	9

1.1. Pengertian Produk ( <i>Product</i> ) . . . . .	11
1.2. Pengertian Harga ( <i>Price</i> ) . . . . .	14
1.3. Pengertian Distribusi/Tempat ( <i>Place</i> ) . . . . .	16
1.4. Pengertian Promosi ( <i>Promotion</i> ) . . . . .	18
2. Pengertian Penjualan . . . . .	21
3. Pengertian Jenis Usaha . . . . .	23
4. Pengertian Busana . . . . .	24
4.1. Jenis Busana . . . . .	26
B. Kerangka Berpikir . . . . .	30

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Tujuan Operasional Penelitian . . . . .	32
B. Tempat dan Waktu Penelitian . . . . .	32
C. Metode Penelitian . . . . .	32
D. Fokus Penelitian . . . . .	33
E. Data dan Sumber Data . . . . .	34
F. Teknik Pengumpulan Data . . . . .	35
G. Instrumen Penelitian . . . . .	37
H. Desain Penelitian . . . . .	39
I. Analisis Data . . . . .	40
J. Prosedur Penelitian . . . . .	41
K. Pemeriksaan Keabsahan Data . . . . .	42

**BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Deskripsi Data .....	44
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	45
1. Produk ( <i>Product</i> ) .....	45
2. Harga ( <i>Price</i> ) .....	59
3. Distribusi/Tempat ( <i>Place</i> ) .....	78
4. Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	91
C. Kelemahan Penelitian .....	105

**BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	106
B. Implikasi .....	109
C. Saran .....	110

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	111
<b>LAMPIRAN</b> .....	113
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	170

## **DAFTAR TABEL**

<b>Tabel</b>		<b>Halaman</b>
Tabel. 4.1-4.3.	Jenis produk busana yang di pasarkan atau di produksi	45
Tabel. 4.4-4.6.	Warna dan jenis produk busana yang di minati konsumen	48
Tabel. 4.7-4.9.	Kesesuaian produk dengan trend mode busana	52
Tabel. 4.8-4.12.	Jumlah produk busana yang terjual atau terproduksi	55
Tabel. 4.13-4.15.	Kisaran harga yang di tawarkan	59
Tabel. 4.16-4.18.	Persentase keuntungan yang di ambil sebagai harga jual	62
Tabel. 4.19-4.21.	Penentuan potongan harga untuk konsumen dan harga khusus untuk pelanggan tetap	67
Tabel. 4.22-4.24.	Faktor yang mempengaruhi harga jual	73
Tabel. 4.25-4.27.	Cara mengefektifkan harga jual saat biaya produk mengalami kenaikan	76

Tabel. 4.28-4.30.	Alasan pemilihan tempat	79
Tabel. 4.31-4.33.	Tempat lain untuk mendistribusikan produk	81
Tabel. 4.34-4.36.	Kenyamanan yang diberikan kepada konsumen	84
Tabel. 4.36-4.39.	Tata letak display untuk menarik konsumen	88
Tabel. 4.40-4.42.	Media sebagai alat yang digunakan dalam kegiatan promosi	91
Tabel. 4.43-4.45.	Strategi untuk bersaing dengan toko lain	95
Tabel. 4.46-4.48.	Pangsa pasar yang menjadi target penjualan	98
Tabel. 4.49-4.52.	Kerjasama promosi dengan pihak lain	102

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Pedoman Wawancara .....	113
Lampiran 2 Hasil Wawancara 1 - 15 .....	114
Lampiran 3 Surat Uji Validitas .....	144
Lampiran 4 Surat Acc Uji Validitas .....	146
Lampiran 5 Surat izin Penelitian .....	147
Lampiran 6 Surat Keterangan Sudah Meneliti .....	149
Lampiran 7 Dokumentasi .....	165