

**ANALISIS STRATEGI MARKETING PT TARU MARTANI DALAM
MENJAGA KONSISTENSI PENJUALAN PRODUK TEMBAKAU
CERUTU DAN TEMBAKAU LINTING**

SKRIPSI



disusun oleh

Tasmara Duy Rahmanto

18.96.0972

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

**ANALISIS STRATEGI MARKETING PT TARU MARTANI DALAM
MENJAGA KONSISTENSI PENJUALAN PRODUK TEMBAKAU
CERUTU DAN TEMBAKAU LINTING**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

Tasmara Duy Rahmanto

18.96.0972

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI MARKETING PT TARU MARTANI DALAM
MENJAGA KONSISTENSI PENJUALAN PRODUK TEMBAKAU
CERUTU DAN TEMBAKAU LINTING**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Tasmara Duy Rahmanto

18.96.0972

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 26 Agustus 2022

Dosen Pembimbing,

Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A.

NIK. 190302435

PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI MARKETING PT TARU MARTANI DALAM
MENJAGA KONSISTENSI PENJUALAN PRODUK TEMBAKAU
CERUTU DAN TEMBAKAU LINTING**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Tasmara Duy Rahmanto

18.96.0972

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 20 September 2022

Susunan Dewan Penguji

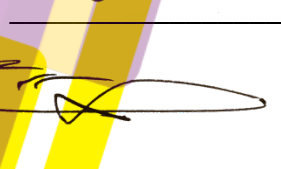
Nama Penguji

Tanda Tangan

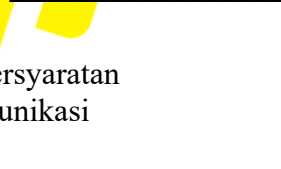
Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A.
NIK. 190302435



Angga Intueri Mahendra P., S.Sos, M.I.Kom
NIK. 190302339



Dr. Kalis Purwanto, MM.
NIK. 190302357



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 21 November 2022

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.
NIK. 190302125

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 26 Agustus 2022



Tasmara Duy Rahmanto

NIM. 18.96.0972

MOTTO

Berdamailah pada setiap keadaan, kamu akan selalu mendapatkan indahnya masalah yang datang dan melaluinya dengan mudah.

-Fian & Tasmara-



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT Tuhan yang Maha Esa karena berkat limpahan rahmat, taufik, serta hidayahnya, penelitian berjudul Analisis Strategi Marketing Pt Taru Martani Dalam Menjaga Konsistensi Penjualan Produk Tembakau Cerutu Dan Tembakau Linting dapat terselesaikan. Penelitian ini didedikasikan sebagai syarat lulus program pendidikan Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta, sekaligus memenuhi kewajiban Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Penulis menyadari banyak pihak yang mendukung dan memberikan bantuan selama melakukan penelitian ini. Oleh karena itu, sudah sepantasnya penulis dengan penuh hormat mengucapkan terimakasih dan mendoakan semoga Allah memberikan balasan terbaik kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dalam penyusunan proposal penelitian ini sehingga dapat selesai dengan waktu yang sudah ditentukan.
2. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M., selaku rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
5. Bapak Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A. selaku Dosen Pembimbing skripsi.
6. Bapak Slamet, SE, MM. selaku Kepala Bidang Pemasaran & Umum yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di PT Taru Martani dan meluangkan waktunya untuk diwawancarai sebagai narasumber dalam penelitian ini.
7. Kakak dan Suami, yang selalu memberi dukungan baik materi dan moril selama perkuliahan.
8. Ibu, Ayah dan seluruh anggota keluarga yang selalu mendukung serta mendoakan penulis dalam menempuh proses pendidikan.

9. Pasangan dan saudara saya Risa, Mega, Irham, Afdhal, Rizal (Gopal), Bening, Valen, Imam, Nia, Yovita serta banyak lagi yang tidak dapat saya sebutkan dan telah banyak membantu selama ini.

Akhir kata, penulis meminta maaf apabila dalam penelitian ini masih banyak kekurangan serta jauh dari kesempurnaan. Penulis sangat mengharapkan kritik yang membangun dari pembaca sekalian. Terima Kasih.



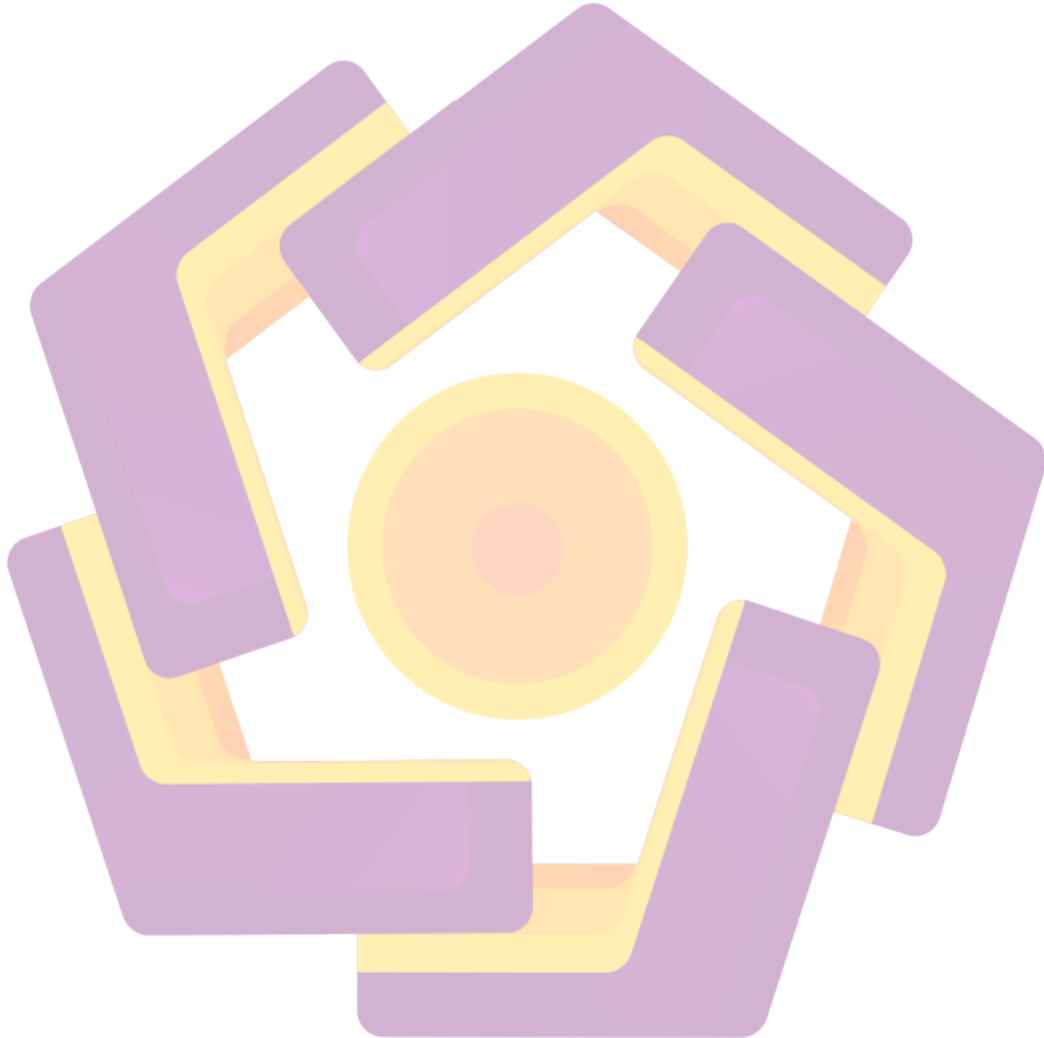
DAFTAR ISI

JUDUL	ii
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat Teknis.....	4
1.4.2 Manfaat Akademis.....	4
1.4.3 Manfaat Untuk Objek.....	4
1.5 Batasan Masalah.....	5
1.6 Sistematika Bab.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori	9
2.3 Kerangka Pemikiran	19
BAB III metodologi Penelitian.....	22

3.1	Desain Penelitian	22
3.1.1	Jenis Penelitian	22
3.1.2	Metode Penelitian	22
3.1.3	Paradigma Penelitian	22
3.2	Objek Penelitian	23
3.3	Subjek	24
3.3.1	Kriteria Narasumber	24
3.4	Jenis Data dan Sumber Data	26
3.4.1	Jenis Data	26
3.4.2	Sumber Data	26
3.5	Metode Pengumpulan Data	27
3.6	Teknik Analisis Data	29
3.7	Validasi data	29
3.7.1	<i>Triangulasi Data</i>	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		31
4.1.1	Sejarah Singkat PT Taru Martani	31
4.1.2	Visi dan Misi PT. Taru Martani	32
4.1.3	Struktur Organisasi PT. Taru Martani	33
4.1.4	Hasil Wawancara	35
4.2.1	Strategi Marketing PT. Taru Martani Dalam Menjaga Konsistensi Penjualan Produk Tembakau Cerutu dan Tembakau Linting	57
BAB V SARAN DAN KESIMPULAN		63
5.1	Kesimpulan	63
5.2	Saran	64
DAFTAR PUSTAKA		65

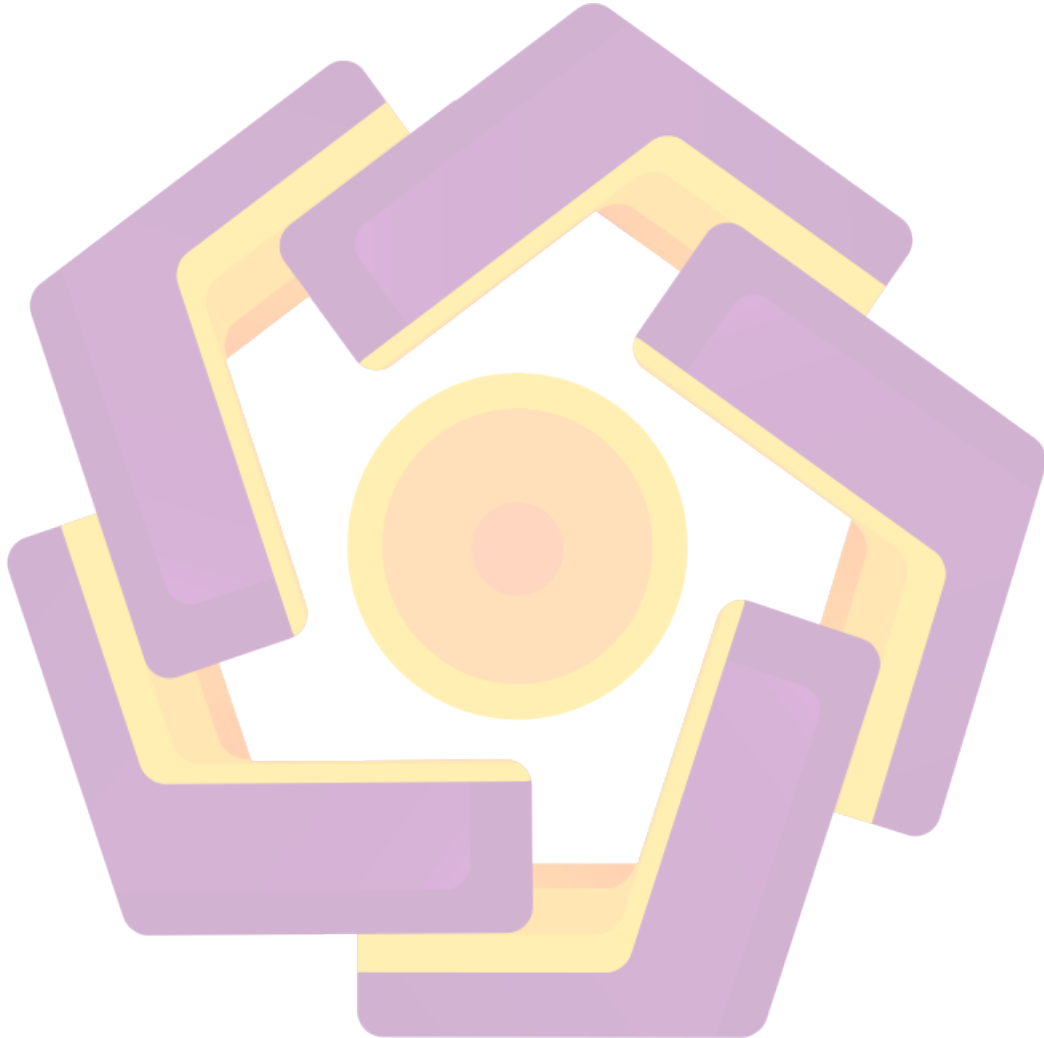
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3. 1 Kriteria Narasumber Penelitian	25
Tabel 3. 2 Harga PT. Taru Martani	44
Tabel 4. 1 Struktur Organisasi PT. Taru Martani.....	33
Tabel 4. 2 Daftar Produk Lengkap PT Taru Martani	39



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo PT. Taru Martani.....	24
Gambar 4. 2 Cerutu Premium.....	36
Gambar 4. 3 Cerutu Regular.....	37
Gambar 4. 4 Tembakau Iris	37
Gambar 4. 5 Logo PT. Taru Martani.....	48



INTISARI

Konsumsi tembakau di Indonesia dapat dikatakan tinggi, namun banyak orang yang masih belum tahu perbedaan antara tembakau cerutu dan tembakau luring. PT Taru Martani hadir untuk mengenalkan bahwa ada beberapa perbedaan dan cara menikmati tembakau yang berbeda, seperti contohnya tembakau cerutu yang dinikmati dengan cara berkumur asap yang di Tarik pada bagian mulut, sedangkan tembakau luring yang dinikmati dengan selera masing-masing dalam memberikan tembakau ke bagian kertas yang akan di luring.

Penelitian ini akan meneliti bagaimana strategi PT Taru Martani dalam menjaga konsistensi penjualan tembakau cerutu dan tembakau luring. Penelitian ini menggunakan teori bauran pemasaran 8P (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence, productivity and quality) dan *Strategy, Targetting and Positioning*. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan metode penelitian studi kasus, dan paradigma yang digunakan yaitu paradigma konstruktivisme.

Hasil dari penelitian ini adalah bauran pemasaran yang efektif dalam strategi PT Taru Martani dalam menjaga konsistensi yang meliputi product, price, place, promotion, people, process, physical evidence, productivity and quality. Sedangkan top of mind dari produk PT Taru Martani adalah tembakau cerutu dan tembakau luring.

Kata kunci : Mix Marketing, 8 Bauran Pemasaran, Strategi Pemasaran



ABSTRACT

Tobacco consumption in Indonesia can be said to be high, but many people still do not know the difference between cigar tobacco and rolled tobacco. PT Taru Martani is here to introduce that there are several differences and different ways of enjoying tobacco, for example cigar tobacco which is enjoyed by gargling with smoke which is pulled in the mouth, while rolled tobacco which is enjoyed by each taste is in giving tobacco to the paper part. which will be rolled.

This study will examine how the strategy of PT Taru Martani in maintaining the consistency of sales of cigar tobacco and rolled tobacco. This study uses the 8P marketing mix theory (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence, productivity and quality) and Strategy, Targeting and Positioning. This type of research is descriptive qualitative with case study research methods, and the paradigm used is constructivism paradigm.

The result of this research is an effective marketing mix in PT Taru Martani's strategy in maintaining consistency which includes product, price, place, promotion, people, process, physical evidence, productivity and quality. Meanwhile, the top of mind products from PT Taru Martani are cigar tobacco and rolled tobacco.

Kata kunci : Mix Marketing, 8 Bauran Pemasaran, Strategi Pemasaran

