

**SKRIPSI**  
**SKEMA PUBLIKASI JURNAL**

**Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) pada PT. Jaya Medika Karunia**

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar  
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta



**Oleh :**

Ade Ray Adhyatma Widhyastara  
18.96.0764

**Dosen Pembimbing:**

Angga Intuери Mahendra P., S.Sos, M.I.Kom

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

**2023**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI  
SKEMA PUBLIKASI PROSIDING/ JURNAL**

**Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) pada PT. Jaya Medika Karunia**

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar  
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh:

**Ade Ray Adhyatma Widhyastara**  
18.96.0764

**Menyetujui,  
Dosen Pembimbing**



**Angga Intueri Mahendra P., S.Sos, M.LKom**  
(NIK. 190302339)

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**

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

**Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng**  
NIK. 190302107

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Ade Ray Adhyatma Widhyastara  
NIM : 18.96.0764  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Sosial  
Universitas : Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 5 Januari 2023

Yang Memberikan Pernyataan



Ade Ray Adhyatma Widhyastara

NIM. 18.96.0764



## KATA PENGANTAR

Puji syukur, penulis ucapkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul "Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pada PT. Jaya Medika Karunia".

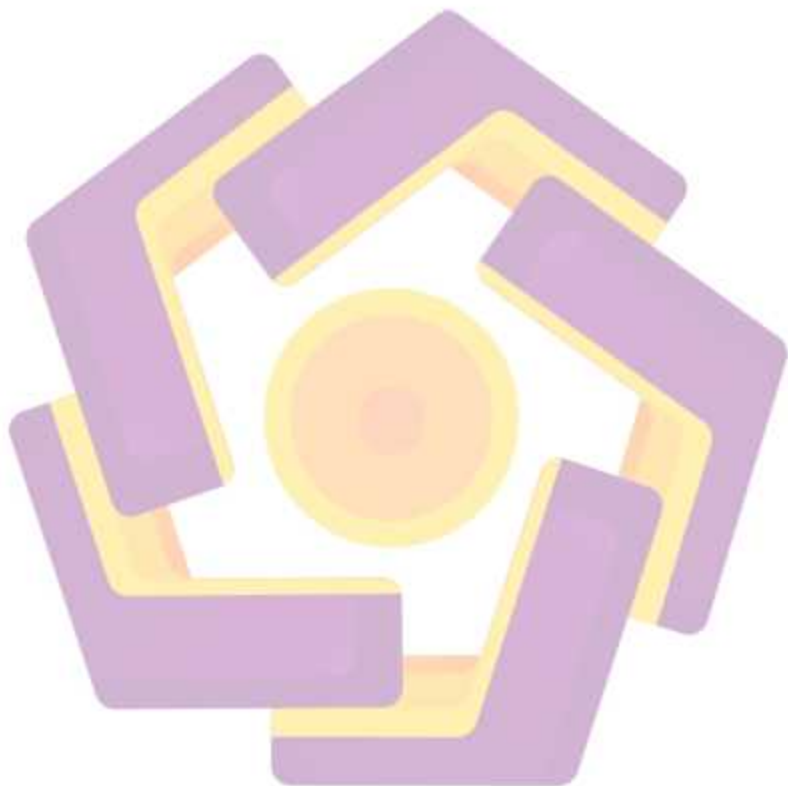
Adapun penyusunan Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta. Dalam proses penulisan Skripsi ini penulis menyadari banyak mendapat dukungan, bimbingan dan kemudahan dari berbagai pihak sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan. Dengan ketulusan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. Selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M. Eng. Selaku Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Angga Intuери Mahendra P., S.Sos, M.I.Kom. Selaku Dosen Pembimbing.
5. PT. Jaya Medika Karunia yang telah bersedia dan memberikan izin untuk menjadi objek penelitian pada tugas akhir skripsi ini.
6. Ibu Reay Juniarty selaku Direktur PT. Jaya Medika Karunia yang telah memberikan izin dalam penelitian ini.
7. Bapak I Ketut Sutara selaku Head of HR, GA, IT PT. Jaya Medika Karunia, yang telah memberikan Izin dalam penelitian ini dan membantu menjadi narasumber dalam penelitian ini.
8. Ibu Novita Soetanto selaku Marketing PT. Jaya Medika Karunia yang telah membantu menjadi narasumber dan membantu memberikan data-data dalam kebutuhan penelitian ini.
9. Kak Tifany Saverina selaku Marketing PT. Jaya Medika Karunia yang telah membantu menjadi narasumber dan membantu memberikan data-data dalam kebutuhan penelitian ini.
10. Mama dan papa tercinta yang memberikan semangat, motivasi serta doa sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
11. Mba Chandra, Mas Adit, Kak Resta, mas Doni, dan Najib selaku saudara dan saudari yang tersayang selalu memberika dukungan dan doa.
12. Teman-Teman STSC Creative, yang memberikan semangat dan telah memberikan pengalaman yang berharga.
13. Untuk teman-teman dan semua pihak yang tidak bisa dituliskan satu persatu, terimakasih kalian sudah menjadi support system selama peneliti mengerjakan tugas akhir sekripsi ini hingga selesai.

Yogyakarta, 5 Januari 2023

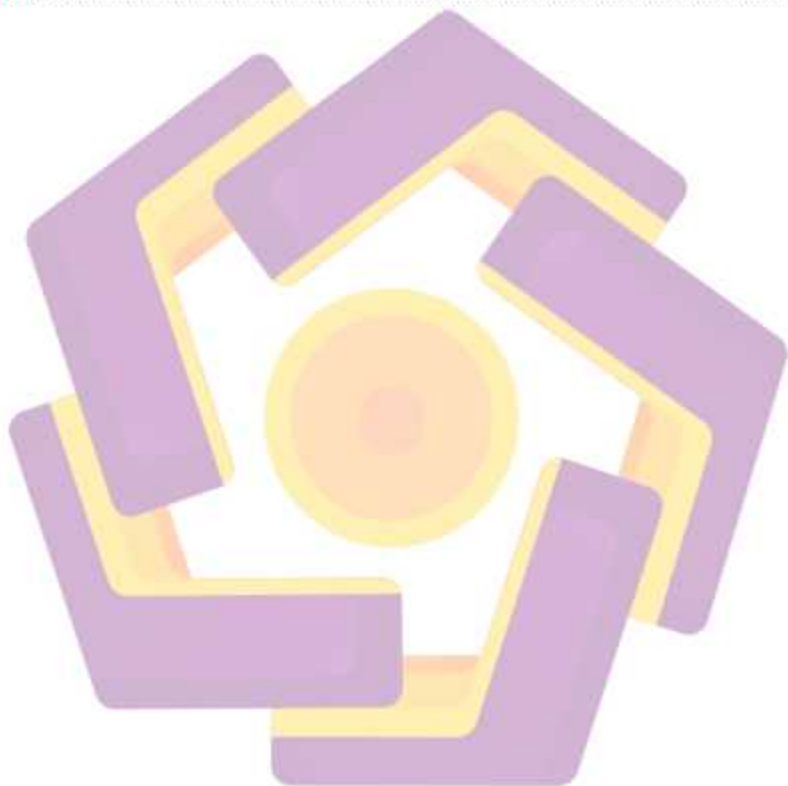


Ade Ray Adhyatma Widhyastara



## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
ARTIKEL JURNAL.....	vi
LAMPIRAN.....	9



## ARTIKEL JURNAL

### Abstrak

Keberhasilan penjualan suatu perusahaan tidak terlepas dari strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran yang tepat akan membawa keberhasilan dalam penjualan produk. Saat ini banyak perusahaan yang berkompetisi untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa proses kegiatan dalam strategi bauran pemasaran 7P yang diterapkan PT. Jaya Medika Karunia. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif, pengambilan data menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penjualan yang dilakukan PT. Jaya Medika Karunia secara B2B sudah berjalan dengan baik sedangkan penjualan melalui marketplace mengalami penurunan karena persaingan harga, namun PT. Jaya Medika Karunia tidak mempermasalahkannya karena fokus utama adalah penjualan melalui B2B.

**Kata Kunci:** Analisis, Strategi marketing, Bauran pemasaran, Alat kesehatan

### Abstract

*Sales success of a company cannot be separated from the right marketing strategy, the right marketing strategy will bring success in product sales. Currently many companies are competing to implement the right marketing strategy. This study aims to analyze the process of activities in the 7P marketing mix strategy implemented by PT. Jaya Medika Karunia. The research method used is descriptive qualitative, data collection using interview, observation, and documentation techniques. The results of this study indicate that the sales made by PT. Jaya Medika Karunia on a B2B basis has been going well while sales through the marketplace have decreased due to price competition, but PT. Jaya Medika Karunia doesn't mind because the main focus is sales through B2B.*

**Keywords:** Analysis, Marketing strategy, Marketing mix, Medical devices