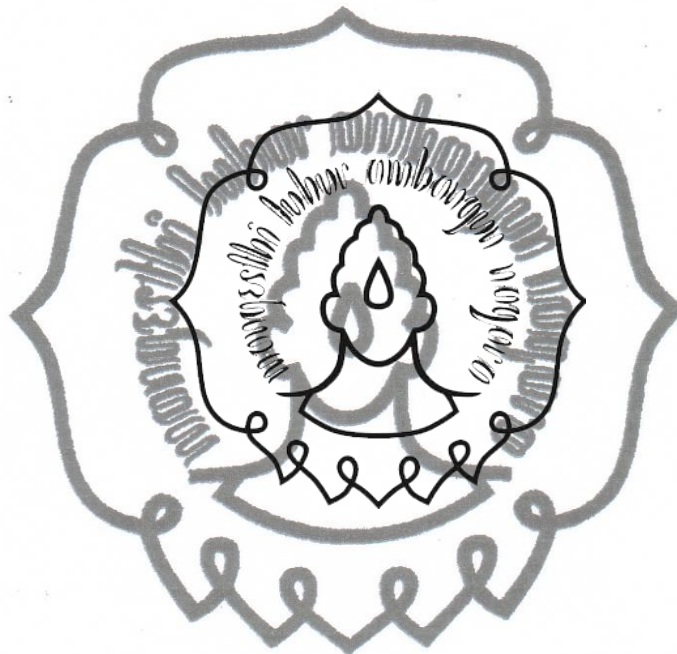


**IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI KERAJINAN TEMBAGA
DAN KUNINGAN MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL
PADA CV DAFFY ART GALLERY KE NEGARA MALAYSIA**

**Tugas Akhir
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Ahli Madya
Program Studi Diploma Manajemen Perdagangan**



**Dosen Pembimbing :
Ana Shohibul Manshur A.H.,SE, M.Sc**

**Diajukan Oleh :
Nanik Dwi Purwanti
F3113048**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2016
commit to user

ABSTRAK**IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI KERAJINAN TEMBAGA
DAN KUNINGAN MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL
PADA CV DAFFY ART GALLERY KE NEGARA MALAYSIA****Nanik Dwi Purwanti****F3113048**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi implementasi strategi promosi ekspor yang diterapkan oleh CV Daffy Art Gallery di pasar Malaysia dan untuk mendeskripsikan implementasi strategi ekspor menggunakan media sosial pada CV Daffy Art Gallery dalam memasuki pasar ekspor di negara Malaysia. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif. Data yang digunakan dalam penelitian data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara wawancara secara langsung dengan staff, karyawan dan pimpinan CV Daffy Art Gallery. Data sekunder dari penelitian ini adalah buku, jurnal, tugas akhir.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CV Daffy Art Gallery menggunakan media sosial agar pembeli dengan mudah mengetahui produk apa saja yang ditawarkan oleh CV Daffy Art Gallery. Media sosial yang digunakan oleh CV Daffy Art Gallery adalah *youtube, wechat, whatsapp, line, email* dan *website*. Dari seluruh media sosial yang digunakan tersebut CV Daffy Art Gallery lebih sering menggunakan media sosial *email* untuk berkomunikasi dengan pelanggan khususnya pelanggan dari luar negeri. Strategi promosi yang dilakukan oleh CV Daffy Art Gallery antara negara Malaysia dengan negara Amerika selama ini menggunakan media yang sama yaitu dengan menggunakan *website, email* dan pameran dagang. Negara Amerika sudah terlebih dahulu dirintis dalam kegiatan ekspor kerajinan tembaga dan kuningan oleh CV Daffy Art Gallery dibandingkan dengan Malaysia yang baru akan dirintis dalam kegiatan ekspor kerajinan tembaga dan kuningan. Selain persyaratan ekspor yang sulit, akses masuk ke negara Malaysia juga sulit.

CV Daffy Art Gallery perlu melakukan pameran dagang ke negara-negara potensial, agar CV Daffy Art Gallery bisa semakin berkembang dan mendapatkan reputasi yang semakin baik untuk para *buyer* selanjutnya. Berikut ini beberapa pameran dagang yang sedang berlangsung di luar negeri pada tahun 2016 adalah *International furniture and Interior Fair* pada tanggal 17 sampai dengan 21 Agustus 2016 di Seoul Korea dan pameran dagang *Home Center Show, Furniture* pada tanggal 27 sampai dengan 29 Agustus 2016 di Jepang.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Media Sosial, Kerajinan Tembaga dan Kuningan

commit to user

ABSTRACT***IMPLEMENTATION STRATEGY PROMOTION CRAFTS COPPER AND BRASS USING SOCIAL MEDIA IN CV DAFFY STATE ART GALLERY TO MALAYSIA*****Nanik Dwi Purwanti****F3113048**

The aim of this study is to identify the implementation export strategy in promotion that adopted by CV Daffy Art Gallery in the Malaysian market and to describe the implementation of the export strategy using social media to entering export markets in Malaysia. The method of this research is qualitative descriptive. This research using primary data and secondary data. The primary data obtained through direct interview with staff, leaders and employees at CV Daffy Art Gallery. Secondary data are books, journals, thesis.

The result of this research are CV Daffy Art Gallery using social media to promote their product. Social media that used by CV Daffy Art Gallery are youtube, WeChat, whatsapp, line, email and website. From all the social media used the CV Daffy Art Gallery usually using mailinglist and to customers, especially customers from abroad. Promotion strategy to Malaysia and America using same strategy there are the website, email and trade fairs. American is pioneer to export copper and brass handicrafts. In addition export requirements is very difficult more over to export at malaysia

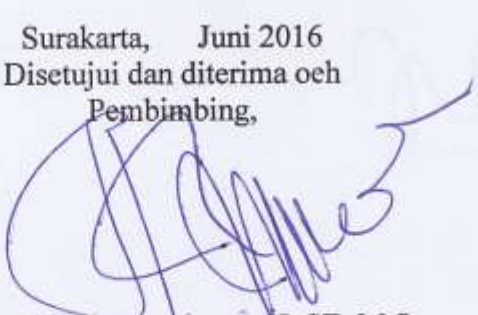
CV Daffy Art Gallery needs to do improve their export promotion strategy to the countries of potential, so CV Daffy Art Gallery can be growing and getting better and better reputation for the next buyer. Here are some of the trade fairs taking place abroad in 2016 is the International furniture and interior Fair on July 17 to the August 21, 2016 in Seoul Korea and trade fairs Home Center Show, Furniture on May 27 up to August 29, 2016 in Japan.

Keywords: Promotion Strategy, Social Media, Crafts Copper and Brass

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul “Implementasi Strategi Promosi Kerajinan Tembaga dan Kuningan Menggunakan Media Sosial pada CV Daffy Art Gallery ke Negara Malaysia” Telah Disetujui Dan Diterima Oleh Pemimbing Tugas Akhir Program Studi Diploma 3 Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.

Surakarta, Juni 2016
Disetujui dan diterima oleh
Pembimbing,


Ana Shohibul Manshur A.H.,SE.,M.Sc
NIP 1983112120140401

HALAMAN PENGESAHAN

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Tim Penguji Tugas Akhir Program Diploma 3 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh Gelar Ahli Madya di bidang Manajemen Perdagangan.

Surakarta, Agustus 2016 .

Tim Penguji Tugas Akhir

Tanda Tangan

1. Ana Shohibul, Manshur A.H.,SE.,M.Sc
NIP 1983112120140401

(Pembimbing)



(.....)

2. Malik Cahyadin, SE.,M.Si
NIP 198107292008121002

(Penguji)



(.....)

SURAT PERNYATAAN TUGAS AKHIR (TA)

Yang bertanda tangan dibawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret:

Nama : Nanik Dwi Purwanti
NIM : F3113048
Program Studi : D3 Manajemen Perdagangan
Judul Tugas Akhir : Implementasi Strategi Promosi Kerajinan Tembaga dan Kuningan Menggunakan Media Sosial pada CV Daffy Art Gallery ke Negara Malaysia

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa tugas akhir yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan hasil jiplakan/saduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan ijasah dan pencabutan gelar sarjananya.

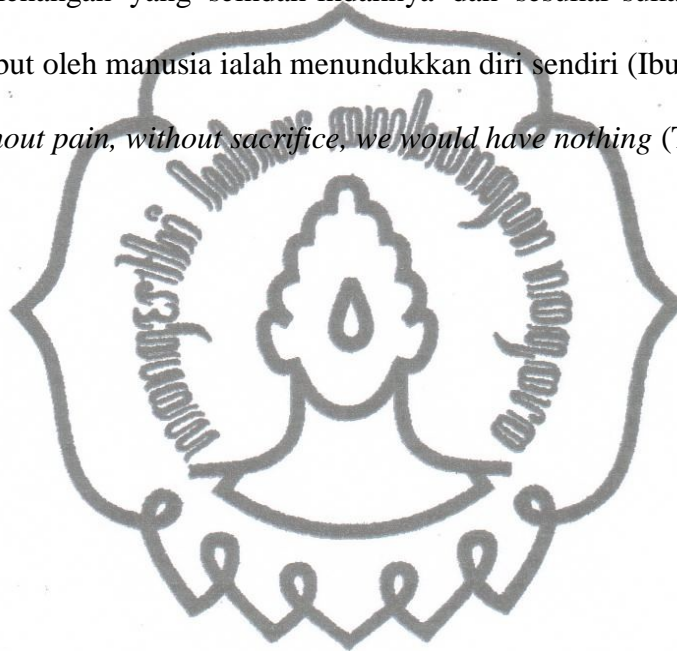
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Surakarta,
Mahasiswa,

Nanik Dwi Purwanti
NIM F3113048

HALAMAN MOTTO

- ❖ Pendidikan merupakan senjata paling ampuh yang bisa kamu gunakan untuk merubah dunia (Nelson Mandela).
- ❖ Kemenangan yang seindah-indahnya dan sesukar-sukarnya yang boleh direbut oleh manusia ialah menundukkan diri sendiri (Ibu Kartini).
- ❖ *Without pain, without sacrifice, we would have nothing* (Tyle Durden).



commit to user

HALAMAN PERSEMBAHAN



Kupersembahkan karya ini kepada:

1. Bapak dan Ibu
2. Keluarga Besar
3. Sahabat-sahabat Tercinta
4. Teman-teman Manajemen Perdagangan
angkatan 2013
5. Almamater

commit to user

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Implementasi Strategi Promosi Kerajinan Tembaga dan Kuningan Menggunakan Media Sosial pada CV Daffy Art Gallery ke Negara Malaysia”. Tujuan dari penyusunan Tugas Akhir ini guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.

Dengan selesainya Tugas Akhir ini tidak terlepas dari segala bentuk bantuan yang datang dari berbagai pihak, tanpa adanya bantuan tersebut maka Tugas Akhir ini tidak dapat menjadi seperti yang ada sekarang. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih atas bantuan dan kerjasamanya kepada berbagai pihak khususnya kepada:

1. Dr. Hunik Sri Runing Sawitri, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.
2. Drs. Sutanto, M.Si. Selaku ketua program Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.
3. Kepada Bp. Ana Shohibul Manshur A.H.,SE.,M.Sc. Selaku dosen pembimbing yang selalu membimbing dan memberikan saran kepada saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Seluruh dosen Manajemen Perdagangan yang sudah memberikan banyak pengetahuan-pengetahuan tentang Perdagangan Internasional.

commit to user

5. Bapak Muhammad Manshur selaku pimpinan CV Daffy Art Gallery.
6. Untuk Bapak dan Ibu yang selalu memberikan masukan dan dukungan.
7. Untuk teman-teman dan sahabat di Manajemen Perdagangan 2013.
8. Untuk seluruh keluarga besar yang telah memberikan banyak dukungan dan doa.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu hingga terselesainya Penulisan Tugas Akhir ini.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis menyadari Tugas Akhir ini jauh dari sempurna, karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu kritik dan saran diharapkan akan bisa memberikan manfaat bagi penulis dalam Tugas Akhir ini.

Surakarta, Juli 2016

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	ix
HALAMAN DAFTAR ISI.....	xi
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR BAGAN	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Keaslian Penelitian	8
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Pertanyaan Penelitian	12
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian	13

BAB II	LANDASAN TEORI	14
2.1	EKSPOR	14
1.	Definisi Ekspor	14
2.	Pihak-pihak yang Terlibat dalam Ekspor	16
3.	Dokumen-dokumen Ekspor	18
2.2	PROMOSI	20
1.	Definisi Promosi	20
2.	Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>)	22
2.3	MEDIA SOSIAL	23
BAB III	METODE PENELITIAN	30
3.1	Ruang Lingkup Penelitian	32
3.2	Data	33
1.	Jenis Data	33
2.	Sumber Data	34
3.3	Teknik Pengumpulan Data	34
1.	Wawancara	34
2.	Observasi	36
3.4	Teknik Analisis data	37
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1	Gambaran Umum	39
1.	Sejarah Perusahaan	39
2.	Personalia Perusahaan	40
3.	Produk yang Dihasilkan	41
4.	Struktur Organisasi Perusahaan	43

4.2 Pembahasan.....	46
1. Implementasi Strategi Promosi Yang Diterapkan oleh CV Daffy Art Gallery untuk Memasuki Pasar Malaysia	46
2. Perbandingan Implementasi Strategi Promosi yang Diterapkan oleh CV Daffy Art Gallery antara Negara Malaysia dengan Negara Amerika.....	60
BAB V PENUTUP	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 Jumlah Konsumen CV Daffy Art Gallery disetiap Negara Tahun 2011-2015	6
Tabel 1.2 Negara Tujuan Ekspor dan Omset CV Daffy Art Galery	7
Tabel 1.3 Keaslian Penelitian	9
Tabel 4.1 Produk CV Daffy Art Gallery	39
Tabel 4.2 Pameran Dagang CV Daffy Art Gallery	55
Tabel 4.3 Perbandingan Negara Amerika dengan Negara Malaysia	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Inovasi Lonceng Tembaga dan Kuningan	47
Gambar 4.2 Inovasi Lampu Sangkar Tembaga dan Kuningan	47



DAFTAR BAGAN

Bagan 3.1 Kerangka Teori	36
Bagan 4.1 Struktur Organisasi CV Daffy Art Gallery	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Lampiran 2 Daftar Gambar :

1. Gambar 1 *Bathub* Tembaga dan Kuningan
2. Gambar 2 *Bowl* Tembaga dan Kuningan
3. Gambar 3 *Candle Holder* Tembaga dan Kuningan
4. Gambar 4 Lonceng Tembaga dan Kuningan
5. Gambar 5 *Wastafle* Tembaga dan Kuningan
6. Gambar 6 Lampu Gantung Tembaga dan Kuningan
7. Gambar 7 Lampu Meja Tembaga dan Kuningan
8. Gambar 8 Lampu Dinding Tembaga dan Kuningan
9. Gambar 9 Lampu Taman Tembaga dan Kuningan
10. Gambar 10 Lampu Sangkar Tembaga dan Kuningan
11. Gambar 11 *Furniture* Tembaga dan Kuningan
12. Gambar 12 Vas Tembaga dan Kuningan
13. Gambar 13 Kubah Tembaga dan Kuningan
14. Gambar 14 Patung Tembaga dan Kuningan
15. Gambar 16 Showroom CV Daffy Art Gallery
16. Gambar 15 Halaman Website CV Daffy Art Gallery
17. Gambar 17 Pameran Dagang CV Daffy Art Gallery

commit to user