

**PENERAPAN BAURAN PEMASARAN INTERNASIONAL DENGAN
STRATEGI MARKET DRIVEN PADA CV. ACLASS**

Tugas Akhir



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

Dosen Pembimbing

Dewi Ismoyowati S.E., M.Ec. Dev.

Diajukan Oleh

Bagus Abadi Pamungkas
F3113011

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2016**

**PENERAPAN BAURAN PEMASARAN INTERNASIONAL DENGAN
STRATEGI MARKET DRIVEN PADA CV. ACLASS**

Tugas Akhir



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

Dosen Pembimbing

Dewi Ismoyowati S.E., M.Ec. Dev.

Diajukan Oleh

Bagus Abadi Pamungkas
F3113011

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2016 ABSTRAK**

PENERAPAN BAURAN PEMASARAN INTERNASIONAL DENGAN STRATEGI MARKET DRIVEN PADA CV. ACLASS

BAGUS ABADI PAMUNGKAS

NIM F3113011

Setiap perusahaan memerlukan strategi pemasaran yang tepat bagi usaha yang dijalani, baik itu dalam bidang jasa maupun manufaktur. Pemilihan strategi pemasaran yang tepat sangat diperlukan dalam menghadapi persaingan usaha, karena strategi pemasaran inilah yang nantinya akan memengaruhi omset perusahaan.

Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran lebih mendalam tentang strategi yang diterapkan CV. Aclass dalam menjual produknya ditengah persaingan yang semakin banyak dalam dunia bisnis furniture. CV. Aclass menerapkan “bauran pemasaran internasional dengan strategi *market driven*”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Masalah penelitian ini difokuskan pada bagaimana penerapan bauran pemasaran internasional dengan strategi market driven, bagaimana cara CV. Aclass agar produknya bisa diterima di pasaran dan tetap mendapatkan laba, dan alasan mengapa CV. Aclass memilih menggunakan strategi *Market Driven* dalam menjual produknya. Data – data yang digunakan antara lain menggunakan data primer dan sekunder. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara. Hasil yang diperoleh yaitu : CV. Aclass menggunakan strategi market driven untuk mengetahui kebutuhan pasar, dan memenuhi permintaan tersebut dengan menggunakan bauran pemasaran (4P). CV. Aclass mempunyai prinsip “*design to cost*” yang berarti memaksimalkan design untuk menekan biaya produksi sehingga memperoleh profit yang banyak.

Penjabaran diatas disimpulkan bahwa dalam menjalankan suatu bisnis diperlukannya strategi pemasaran. CV. Aclass dalam menjalankan bisnisnya juga menggunakan strategi pemasaran yaitu menerapkan “bauran pemasaran internasional dengan strategi *market driven*”. Strategi ini telah terbukti mampu memaksimalkan omset penjualan pada CV. Aclass. Oleh sebab itu sampai saat ini CV. Aclass tetap bisa bersaing pada persaingan bisnis furniture.

Saran demi perkembangan CV. Aclass adalah mempertahankan antara bauran pemasaran internasional dengan *market driven* yang bertujuan untuk bisa bersaing dalam pasar ekspor-impor dan dapat memaksimalkan frekuensi penjualan.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Market Driven, Pemasaran Internasional, Persaingan Bisnis

ABSTRACT

**IMPLEMENTATION OF THE INTERNATIONAL MARKETING MIX
STRATEGY MARKET DRIVEN IN CV. ACLASS****BAGUS ABADI PAMUNGKAS****NIM F3113011**

Every company needs a proper marketing strategy for businesses followed, either in services or manufacturing . Selection of proper marketing strategy is needed to face of competition , because it will influence turnover of the company.

This research aims to get a deeper picture of the strategy applied by CV . Aclass in selling their products amid growing competition in the business world a lot of furniture . CV . Aclass applying " international marketing mix with a market driven strategy " . The method use descriptive research type qualitative case study approach . The problem is focused on the implementation of international marketing mix with a market driven strategy, how to CV . Aclass so that products can be accepted in the market and still make a profit , and the reason why CV . Aclass choose to use Market Driven strategy. The data consist of primary and secondary data. The data collection techniques using observation and interviews. The results is : CV. A class is using a market driven method to understand the market's necessities and fulfill the demands by using marketing mix (4p). CV. Aclass has a domain principle which is called by "design to cost" to maximize the design in order to save the productions cost therefore it could be profitable enough.

The explanation above concluded that the need for running a business marketing strategy . CV . Aclass in doing business also use this marketing strategy is the implementation " of international marketing mix with a market driven strategy " . This strategy has been proven to maximize sales turnover in CV . Aclass . Therefore, to date CV . Aclass remain competitive in the furniture business competition.

The writer's suggestion for CV.Aclass's development is to obtaining the usage of international marketing mix with market driven, which aims to be able compete in export-import market and to be able to maximaze the frequeenze of the sale.


**Keywords : Business competition, International marketing, Market driven,
Marketing mix**

HALAMAN PERSETUJUAN

Telah disetujui dan diterima baik oleh dosen pembimbing
Tugas Akhir Jurusan Bisnis Internasional Program Diploma III
Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, 17 Juni 2016

Disetujui dan diterima oleh
Dosen Pembimbing



Dewi Ismuyowati S.E., M.Ec. Dev.
NIP. 1986112920130201

HALAMAN PENGESAHAN

Telah disetujui dan diterima baik oleh tim penguji
Tugas Akhir Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta guna
Melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh
Gelar Ahli Madya Bisnis Internasional

Surakarta, 27 Juni 2016


Tim Penguji Tugas Akhir

Tanda Tangan

1. Nurul Istiqomah, SE. M.Si
NIP. 198006012005012021

()
Penguji

2. Dewi Ismoyowati S.E., M.Ec. Dev.
NIP. 1986112920130201

()
Pembimbing

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret :

Nama : BAGUS ABADI PAMUNGKAS
NIM : F3113011
Program Studi : MANAJEMEN PERDAGANGAN
Judul Tugas Akhir (TA) : PENERAPAN BAURAN PEMASARAN
INTERNASIONAL DENGAN STRATEGI MARKET
DRIVEN

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tugas Akhir yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/salinan/sanduran dari karya orang lain.

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 17 Juni 2016
siswa

Bagus Abadi Pamungkas
NIM. F3113011

MOTTO

“Jadilah Gurunya Jagad”

-KH. Nur Hasan-

“Jangan Pernah Memeta-Metakan Dirimu”

-Rahmat Haryanto-

“Life is like riding a bicycle. To keep your balance, You must keep moving”

-Albert Einstein-

“Akhirat Dulu, Baru Dunia”

-Choirul Fatikhin-

“Tak Ada yang Instan untuk Menjadi Besar”

-Pamungkas-

“Selain Matahari, Bulan dan Bintang, Cahaya paling terang selanjutnya
adalah Harapan”

-Dian-

commit to user

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat-NYA yang dilimpahkan kepada kita semua, meskipun dengan kemampuan dan waktu yang terbatas akhirnya penulis mampu menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir dengan Judul “Penerapan Bauran Pemasaran Internasional Dengan Market Driven Pada CV. Aclass”.

Penyusunan Tugas Akhir ini tidak akan berhasil tanpa adanya bantuan, dorongan dan bimbingan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis dengan rendah hati menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu hingga tersusunya tugas akhir ini, khususnya kepada:

1. Dewi Ismoyowati S.E., M.Ec. Dev. selaku pembimbing yang telah banyak memberikan petunjuk, nasihat, bimbingan hingga tersusunya Tugas Akhir ini.
2. Bapak Drs. Sutanto, Msi selaku Ketua Program Diploma III Bisnis Internasional Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Ibu Dr. Hunik Sri Runing selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Seluruh staff dan karyawan progam DIII Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
5. Bapak Rahman Haryanto Selaku pimpinan CV. Aclass yang telah mengijinkan penulis melakukan magang kerja, memberikan banyak motivasi yang berguna

commit to user

dalam hidup si penulis, memberikan banyak pengalaman yang sungguh sangat berharga dan kususny dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

6. Bapak Wahyu Haryanto yang telah banyak memberikan ilmu pengalaman hidup, banyak diberi motivasi, pemikiran-pemikiran yang *mainstream* selama magang di CV. Aclass.
7. Mas Slamet, Giarto, Dodo, Ari, Tuyul yang telah membimbing selama magang, menjadi teman kerja, menjadi teman bertukar pengalaman selama di CV. Aclass dan memberikan bantuan kepada penulis dalam memperoleh data guna penyusunan Tugas Akhir ini.
8. Ayah dan Alm Ibuku terima kasih atas kasih sayang yang kalian berikan selama ini, yang selalu mendoakan anakmu untuk selalu dalam agama yang benar dan menjadi anak yang sholih. Jasamu tidak bisa terbalaskan, anakmu hanya bisa terus berdoa agar semua kebaikanmu menjadi amal baik kelak di akhirat.
9. Semua teman-teman DIII Bisnis Internasional angkatan 2013
10. Dian Gendats yang selalu menemani dalam penyusunan Tugas Akhir, tidak pernah lelah mengajari dan membimbing, yang selalu mengingatkan Tugas Akhir, *the best for you*. Semoga semua kebaikanmu dibalas yang lebih oleh ALLAH, keep spirit ndut biar cepet nyusul wisuda
11. Teman-teman PPM ERJES yang selalu support, semoga kalian sukses dunia akhirat.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang konstruktif dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi kesempurnaan penulisan Tugas Akhir ini.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Metode Penelitian.....	5
1. Jenis Penelitian	5
2. Lokasi Penelitian	6
3. Sumber Data	6
4. Teknik Pengumpulan Data	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Pemasaran.....	9
B. Teori Produksi	10
C. Bauran Pemasaran	11
D. Market Driven	17
III. PEMBAHASAN.....	19
A. Gambaran Umum Perusahaan	19
1. Sejarah Berdirinya CV. Aclass	19
2. Lokasi CV. Aclass	20
3. Struktural Organisasi CV. Aclass	20
4. Personalia CV. Aclass	23
5. Jam Kerja CV. Aclass.....	24
6. Produk yang Dihasilkan	24
7. Proses Produksi	26
8. Pemasaran Produk	28

B. Pembahasan.....	28
1. Cara Penerapan Bauran Pemasaran Internasional dengan Strategi Market Driven pada CV. Aclass.....	28
2. Cara CV. Aclass Agar Produknya Bisa Diterima di Pasaran dan Tetap Mendapatkan Laba	36
3. Alasan CV. Aclass memilih menggunakan strategi <i>Market Driven</i> dalam menjual produknya	37
V. PENUTUP	41
A. Kesimpulan.....	41
B. Saran	42

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jumlah Tenaga Kerja	23
Tabel 3.2 Produk yang Dihasilkan CV. Aclass.....	24



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Bauran Pemasaran	16
Gambar 3.1 Struktur Organisasi CV. Aclass Tahun 2016	21



DAFTAR GRAFIK

Gambar 3.1 Penjualan CV. Aclass Sebelum Menggunakan Strategi Market Driven	39
Gambar 3.2 Penjualan CV. Aclass Setelah Menggunakan Strategi Market Driven	40



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Magang Kerja	43
Lampiran 2 Galeri dan Produk CV.Aclass.....	44

