

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TOKO MILIK RAKYAT (TOMIRA)**

**DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1  
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh:**

**YOGA DWI PANDAYA**

**20140530078**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2018**

MOTTO

Keberhasilan Tidak Akan Datang  
Jika Terus Menunda  
Maka, Keberhasilan Akan Datang  
Jika Kamu Berusaha

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yoga Dwi Pandaya  
No. Mahasiswa : 20140530078  
Jurusan/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Public Relations  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (ISIPOL)  
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Toko Milik  
Rakyat (Tomira) Dalam Meningkatkan Omzet  
Penjualan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari karya saya terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi.

Yogyakarta, 1 September 2018



Yoga Dwi Pandaya

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, saya persembahkan karya tulis skripsi ini kepada:

1. Bapak dan Ibu beserta keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan beserta motivasi yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik,
2. Bapak Haryadi Arif Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc. selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi UMY yang telah memberikan pengesahan secara resmi judul penelitian sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan,
3. Ibu Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan ilmu dan bimbingan yang sangat besar sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik,
4. Bapak Taufiqurrahman, S.IP., M.A., Ph.D. dan Ibu Yeni Rosilawati, S.IP., S.E., MM. Ph.D. selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah memberikan kritik beserta saran dan masukan atas penulisan skripsi menjadi lebih baik,
5. Ibu Dra. Sri Harmintarti, M.M selaku Kepala Dinas Koperasi UKM Kulon Progo yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian terkait dengan Tomira sekaligus berkenan menjadi narasumber dalam penelitian ini,

6. Bapak M. Dalduri Budiprasetya selaku Ketua Koperasi Aneka Usaha dan Bapak Sugiman selaku Bendahara KUD Gangsar yang telah bersedia menjadi narasumber sehingga memudahkan penulis melakukan pengumpulan data,
7. Bapak Yoga Mukti selaku Supervisor Tomira yang juga telah bersedia menjadi narasumber sehingga memudahkan penulis melakukan pengumpulan data
8. Rekan-rekan Komakom UMY yang telah banyak memberikan dukungan dan juga ilmu kepada penulis,
9. Tim Dewa Ruci, Enda dan Ena yang Alhamdulillah dapat lulus bersamaan, terima kasih banyak telah memberikan semangat dan juga ilmu kepada penulis selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik,
10. Mbak HERNI Putrianti selaku mentor Tim Dewa Ruci yang telah banyak memberikan ilmu tentang dunia PR,
11. Rekan-rekan Angkatan Penerbang Casello yang telah mendukung dan memberikan semangat kepada penulis,
12. Penyemangatku, Agustina Rahmawati yang telah banyak memberikan dukungan untuk penulis menyelesaikan skripsi ini, dan terakhir
13. Seluruh pihak yang telah membantu lancarnya penelitian ini yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya yang telah membawa kita semua dari zaman jahiliyah menuju zaman dengan ilmu pengetahuan tinggi.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Adapun judul dari penelitian ini adalah “Strategi Komunikasi Pemasaran Toko Milik Rakyat (Tomira) Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan”. Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak dan Ibu beserta segenap keluarga yang telah memberikan motivasi dan dukungan tiada henti,
2. Bapak Haryadi Arif Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc. selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi UMY,
3. Ibu Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi,

4. Bapak Taufiqurrahman, S.IP., M.A., Ph.D. dan Ibu Yeni Rosilawati, S.IP., S.E., MM. Ph.D. selaku Dosen Penguji Skripsi,
5. Ibu Dra. Sri Harmintarti, M.M selaku Kepala Dinas Koperasi UKM Kulon Progo,
6. Bapak M. Dalduri Budiprasetya selaku Ketua Koperasi Aneka Usaha dan Bapak Sugiman selaku Bendahara KUD Gangsar,
7. Bapak Yoga Mukti selaku Supervisor Tomira, serta
8. Teman-teman beserta seluruh pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini,

Akhir kata demikian kata pengantar yang dapat penulis sampaikan. Semoga dengan skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk kebutuhan akademis maupun non akademis.

Yogyakarta, 1 September 2018

Yoga Dwi Pandaya

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Motto .....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Halaman Pernyataan Keaslian Skripsi .....	iv
Halaman Persembahan .....	v
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Gambar .....	xii
Abstrak .....	xiii
BAB I. Pendahuluan .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	10
E. Kajian Pustaka .....	11
F. Metode Penelitian .....	33
BAB II. Gambaran Umum .....	43
A. Profil Singkat Tomira .....	43
B. Sejarah Tomira .....	45
C. Manfaat Tomira .....	49
D. Perbedaan Tomira dengan Toko Waralaba Standar .....	50
E. Struktur Organisasi Tomira .....	51
F. Logo Tomira .....	51
G. Bentuk Kerja Sama Tomira .....	53
H. Kegiatan Usaha Tomira .....	55
I. Penghargaan Tomira .....	58
BAB III. Sajian Data & Pembahasan .....	59
A. Sajian Data .....	59
1. Pendirian Tomira .....	59



2. Perencanaan Pemasaran Tomira .....	63
3. Media Pemasaran Tomira .....	80
4. Faktor Pendukung dan Penghambat Komunikasi Pemasaran Tomira .....	91
B. Pembahasan .....	100
1. Strategi Komunikasi Pemasaran Tomira .....	100
2. Media Pemasaran Tomira .....	115
3. Faktor Pendukung dan Penghambat Komunikasi Pemasaran Tomira .....	125
BAB IV. Penutup .....	128
A. Kesimpulan .....	128
B. Saran .....	132
Daftar Pustaka .....	133
Lampiran .....	135

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Bentuk Kerja Sama Alfamart dan Koperasi .....	3
Tabel 2.1 Daftar Seluruh Tomira di Kulon Progo .....	48
Tabel 2.2 Perbedaan Tomira dan Toko Waralaba Standar .....	50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Alur Kerja Sama kemitraan Alfamart dengan koperasi .....	4
Gambar 1.2 Omzet Produk UMKM Tomira .....	6
Gambar 1.3 Langkah-langkah Dalam Mengembangkan Komunikasi Pemasaran .....	14
Gambar 1.4 Elemen Bauran Promosi .....	21
Gambar 2.1 Tampilan Tomira Sentolo .....	44
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Tomira .....	52
Gambar 2.3 Logo Tomira Kerja Sama Koperasi dengan Alfamart .....	53
Gambar 2.4 Logo Tomira Kerja Sama Koperasi dengan Indomart .....	53
Gambar 2.5 Alur Kerja Sama Kemitraan Alfamart dengan koperasi .....	54
Gambar 3.1 Display Rak Produk UMKM di Tomira .....	70
Gambar 3.2 Papan Toko Tomira .....	80
Gambar 3.3 Banner Tomira .....	83
Gambar 3.4 Rak Gondola Tomira .....	85
Gambar 3.5 Papan Promosi Tomira .....	87
Gambar 3.6 Leaflet Tomira .....	89
Gambar 3.7 Karyawan Tomira .....	91
Gambar 3.8 Pameran Hari Kesatuan Koperasi 2016 .....	93
Gambar 3.9 Unggahan Sosial Media Promosi Tomira oleh Hasto Wardoyo .....	96