

PERSONAL SELLING SEBAGAI ALAT PENDUKUNG STRATEGI
KOMUNIKASI PEMASARAN SEKAR KEDHATON KOTA GEDE DALAM
MENARIK MINAT WISATAWAN LOKAL DAN MANCANEGARA

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Strata 1
Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh:

DWI GALIH ISMUHA

20070530162

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2013

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan didepan Tim Penguji Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta :

Hari : Senin
Tanggal : 23 Desember 2013
Tempat : Ruang Rapat
Dengan nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua


Krisna Mulawarman, S. Sos., M. Sn

Penguji I


Firly Annisa, S.IP., MA

Penguji II


Adianty Nurjanah, S. Sos, M, Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
Persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1)

Tanggal, 23 Desember, 2013


Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M.Sc

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya buat ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, dan didalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada suatu perguruan tinggi manapun. Sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya dan atau pendapat orang lain yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka. Selanjutnya apabila dikemudian hari terbukti terdapat duplikasi, serta ada pihak lain yang merasa dirugikan dan menuntut, maka saya akan bertanggung jawab serta menerima segala konsekuensi yang menyertainya.

Yogyakarta, November 2013

Dwi Galih Ismuha

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikumWr. Wb.

Alhamdulillahirrabil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyusun penulisan skripsi ini dengan judul **“PERSONAL SELLING SEBAGAI ALAT PENDUKUNG STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SEKAR KEDHATON KOTA GEDE DALAM MENARIK MINAT WISATAWAN LOKAL DAN MANCANEGARA”** sebagai sebagian syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa terselesainya penulisan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, pengarahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Cipto, MA., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Ali Muhammad, MA., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Haryadi Arief NurRasyid, S.IP., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak member masukan dan arahan serta bimbingan dalam menyelesaikan studi

5. Ibu Adianti Nurjanah, S. Sos,M,Si., selaku Dosen Penguji I “Pendaran” Skripsi yang telah banyak meluangkan waktunya untuk member masukan, arahan dan telah banyak juga memberikan ide-ide dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Firly Annisa, S. IP,MA ., selaku Dosen Penguji II “Pendaran” Skripsi yang telah berkenan menyempatkan waktu untuk menguji dan member masukandalam penyusunans kripsi ini.
7. Para Divisi dan Karyawan Sekar Kedhaton Restaurant di lingkungan Sekar Kedhaton Restaurant. Yang telah banyak membantu dan memberikan informasi yang dibutuhkan penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.
8. Bapak/Ibu Pengajar di lingkungan Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, atas segala ilmu yang bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.
9. Almamaterter cinta yang telah menemani selama menjadi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Manusia yang hidup di dunia ini tidak ada yang sempurna. Terlepas dari ketidaksempurnaan itu, penulis menyadari betul akan kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki dalam menyusun hasil penelitian ini. Maka dengan sangat rendah hati tulisan ini disampaikan kepada pembaca untuk ditanggapi dan diberikan saran serta kritik yang konstruktif demi kesempurnaan hasil penelitian ini, dan segala kekurangan kelemahan yang ada merupakan tanggungjawab penulis.

Wassalamu’alaikumWr. Wb.

Yogyakarta, November 2013

Penulis

MOTTO :

Jangan pergi ke mana jalan dapat mengakibatkan. Pergi sebagai gantinya di mana ada jalan dan meninggalkan jejak

Seaneh apapun kehidupan, tetap harus disyukurinya, Karena kehidupan itu sendiri sebenarnya adalah sebuah keajaiban

Penilaian tuhan tidak dimulai saat kau menerimanya karena semua orang akan menerimanya, tanpa terkecuali selayaknya seperti orang-orang sebelummu

HALAMAN PERSEMBAHAN

Sepanjang proses ini,
ucapanterimakasihsajatidaklahcukupsebelumsayaterlebihdahulumengucapkan:

.....Alhamdulillah.....

KepadaAllah SWT atasrahmatdanhidayah-Nyayang
telahmembuatsayapercayabahwasemuaberkah yang sayasyukuriselamadi
iringidenganDo'adanAntusiasyang tidaktergoyahkan,tugasakhirinidapatterselesaikan.

Ucapanterimakasih yang istimewakepada ayah danIbu yang
setiamenyelipkannamakudidalamDo'a-Nya.Ayah Ibuter cinta, motivator
terbesar dalamhidupku yang
takpernahjemumendo'akandanmenyayangiku, semuapengorbanandankesabaranmenga
ntarkusampaikini.TakpernahcukupkumembalascintaBapakdanIbupadaku

Kepadakakaku Mas Dimas &Mbashitayang
telahberhasilmenjadipengaruhbesardidalam prosesini,
terimakasihuntukdukunganpemahamannya.

KepadaAdikkuRilasemogamenjadiadik yang sholehah,
maafkanjikakakakmubelum bisamenjadicontoh yang baik, semogaengkaselalujadi yang
terbaik

TerimaKasihBuatEleDalikun& Le
Ning&buatsemuasaudaraterimakasihatasDo'a&motivasi yang kalian berikan

TerimakasihsayaucapkankepadaFridaMutiar
yangtelahbanyakmembantumenelesaikanskripsiini.
terimakasihataspengertiandankesabarannya.

TerimakasihjugakepadaDosen,

tidak ternilai harganya; memberi inspirasi, ilmu, masukan, saran
serta kritik sepanjang perjalanan saya di lingkungan kampus.

Dan terimakasih buat anak-anak SBH Bgerik, Indra, Tama, Junot, Bg Deran, Bgnyonk,
Bg Ivan, Bg Fai, Bg Husni dan jugatema-teman yang
lainnya tidak bisa disebut satu persatu karena telah membantuku selama

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Dwi Galih Ismuha

Personal Selling sebagai alat pendukung Strategi Komunikasi Pemasaran Sekar Kedhaton Restaurant Kotagede dalam menarik minat kuliner wisatawan lokal dan mancanegara

Tahun Skripsi : 2013. X + 148 Halaman

Daftar Pustaka : 16 buku + 1 sumber website + 4 sumber wawancara

Sekar kedhaton restoran merupakan salah satu restoran dengan menyajikan menu khas jawa khususnya, mengangkat nilai historis dengan balutan jawa kuno, Portugal, dan belanda. Target dari sekar kedhaton adalah masyarakat midle up , foreign, wisatawan lokal, coorporate dan instansi pemerintah. Sekar kedhaton restoran mengalami penurunan jumlah tamu dikarenakan marketing dan kompetitor. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran Sekar kedhaton restoran dalam meningkatkan jumlah tamu dan mengatasi jumlah tamu yang menurun. Kerangka teori yang digunakan adalah personal selling sebagai alat pendukung strategi komunikasi pemasaran.

Metode penelitian ini yang dipakai dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Lokasi penelitian mengambil tempat di Sekar Kedhaton Restoran Kotagede Yogyakarta. Informan sebanyak 3 orang. Sementara metode pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam. Teknik analisis data adalah reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran management Sekar Kedhaton Restoran dan staff marketing mengalami jumlah kenaikan tamu khususnya coorporat. Strateginya adalah dengan menyusun agenda program bagi staff marketing untuk pelaksanaan personal selling. Fokus melakukan sales call satu hari minimal tiga tempat. Fokus dengan prospek coorporate dan instansi pemerintah untuk mendapatkan fresh money, aktif dalam bekerjasama dengan media, memberikan member card dan pengadaan atribut promosi. oleh karena itu, sebagai restoran yang mengusung konsep exclusive dan nilai historis, hendaknya lebih meningkatkan dalam pelaksanaan strategi dan komunikasi pemasaran yaitu personal selling service excellence, serta take care kepada seluruh tamu agar menghindari complaint.

DAFTAR PUSTAKA

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Kerangka Teori	10
1. Strategi Komunikasi Pemasaran	10
2. Personal Selling	24
3. Kegiatan Personal Selling Marketing	32
F. Metodologi Penelitian	33
1. Jenis Penelitian	33
2. Lokasi Penelitian	34
3. Teknik Pengumpulan Data	34
4. Informan Penelitian	35
5. Teknik Analisis Data	36
6. Uji Validitas Data	38

BAB II TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

A. Latar Belakang Berdirinya Perusahaan	40
B. Paket Menu Sekar Kedhaton Restaurant.....	43
C. Misi, Misi dan Service	44

D. Tujuan	45
E. Struktur Organisasi.....	46
F. Fungsi dan Tugas	48
BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA	
A. Penyajian Data	52
1. Penentuan Strategi Personal Selling Sekar Kedhaton	
Restaurant	52
2. Implementasi Strategi Personal Selling Sekar Kedhaton	
Restaurant	63
3. Faktor Pendukung dan Penghambat	84
B. Analisis Data	87
1. Strategi Komunikasi Pemasaran	87
2. Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran	103
3. Pelaksanaan Personal Selling Staff Marketing	
Sekar Kedhaton Restaurant	114
4. Pelaksanaan Personal Selling	136
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	141
B. Saran	143
DAFTAR PUSTAKA	145

DAFTAR TABEL

Table 1.1. Jumlah Pengunjung Sekar Kedhaton Kotagede	4
Table 2.1. Sekar Wangi Package	43
Table 2.2. Sekar Deluxe Package	44
Table 2.3. Susunan kepengurusan Sekar Kedhaton <i>Restaurant</i> Kotagede Yogyakarta	47
Tabel 3.1 Daftar <i>Sales Call</i> Sekar Kedhaton Restaurant Kotagede Januari sampai Juni 2013	56
Tabel 3.2. Jumlah Pengunjung Sekar Kedhaton Restaurant KotaGede 2012 ...	58
Tabel 3.3. Jumlah pengunjung bulan Januari sampai Juni 2013	58
Table 3.4. Data Relasi Sekar Kedhaton Restaurant KotaGede	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Alur proses penawaran <i>personal selling</i> di Sekar Kedhaton Restaurant KotaGede	60
Gambar 3.2. Company Profile	69
Gambar 3.3. Informasi dan paket menu	70
Gambar 3.4. Informasi Paket Meeting dan Lunch Box.....	71
Gambar 3.5. Weeding Package	72
Gambar 3.6. Special Event	72

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1. Jumlah Pengunjung Sekar Kedhaton Restaurant KotaGede

Bulan Januari sampai Juni 2012

50