

EMEN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SONGKET
PADA PERUSAHAAN ZAINAL SONGKET PALEMBANG**



Skripsi Oleh :

**NUR RAHMANIA
NIM 01053110055**

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi**

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA
TAHUN 2008**

7

C.1/1

S
658.807
Rah
d
C-200408
2008

R. 18477/18616

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SONGKET
PADA PERUSAHAAN ZAINAL SONGKET PALEMBANG**



Skripsi Oleh :

NUR RAHMANIA

NIM 01053110055

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi**

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA
TAHUN 2008**

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWLJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**NAMA : NUR RAHMANIA
NIM : 01053110055
JURUSAN : MANAJEMEN
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SONGKET PADA
PERUSAHAAN ZAINAL SONGKET PALEMBANG**

PEMBIMBING SKRIPSI

TANGGAL PERSETUJUAN

DOSEN PEMBIMBING

Tanggal 20 Januari 2009

Ketua :

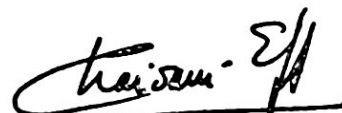


Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, M.B.A

NIP. 131801646

Tanggal 17 Januari 2009

Anggota :



Dra. Hj. Chairani Effendy

NIP. 130604261

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWLJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA**

TANDA PERSETUJUAN PANITIA UJIAN KOMPREHENSIF

**NAMA : NUR RAHMANIA
NIM : 01053110055
JURUSAN : MANAJEMEN
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SONGKET PADA
PERUSAHAAN ZAINAL SONGKET PALEMBANG**

Telah diuji didepan panitia ujian komprehensif pada tanggal 5 Februari 2009 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

**Panitia Ujian Komprehensif
Inderalaya, 5 Februari 2009**

Ketua,



**Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, MBA
NIP. 131801646**

Anggota,



**Dra. Hj. Chairani Effendy
NIP. 130604261**

Anggota,



**Aslamia Rosa, SE, M. si
NIP. 132317461**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



**Drs. Yuliansyah M. Diah, MM
NIP. 131474902**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : NUR RAHMANIA
NIM : 01053110055
Angkatan : 2005
Kosentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SONGKET PADA
PERUSAHAAN ZAINAL SONGKET PALEMBANG

Dengan ini menyatakan :

1. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik di lingkungan Universitas Sriwijaya.
2. Skripsi ini adalah penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari TIM Pembimbing Skripsi dan pengolahan data yang ditentukan oleh Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Sriwijaya.
3. Meskipun pada Perguruan Tinggi lainnya sudah pernah dibahas variabel yang sama seperti dalam Skripsi saya namun karena hasil penelitian terdahulu yang sering berbeda satu sama lain yang membuat saya tertarik untuk membahasnya lagi, selain itu juga saya mencoba menambah variabel baru sehingga dapat memecahkan masalah/teori yang baru.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan bila dikemudian hari terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Pelembang, Januari 2009



Nur Rahmania

01053110055

MOBUO :

" Basmallah SAU Bersabda. Barang siapa yang menyenangkani kedua orang tuaNya sungguh ia telah menyenangkani (Bilaka) Allah dan barang siapa yang durhaka terhadap kedua orang tuaNya maka ia membuat Allah murka".

Kepersonbakaan masuk :

- ♦ Allah SUB
- ♦ Kedua Orang TuaNya Berinta
- ♦ Adik-adiknya, Edo & Fika
- ♦ Ir. H. Madikan Hatta
- ♦ Kakak & Nenek
- ♦ Seluruh Keluarga BesarNya

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah Robbil 'alamiin.....

Dengan memanjatkan segala puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan ridho-Nya jualah pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan tugas akhir dari perkuliahan yang telah sekian lama penulis jalani. Disamping itu skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Universitas Sriwijaya. Terima kasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu secara moral maupun material, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa di dalam penyusunan skripsi ini jauh untuk dikatakan sempurna dan masih banyak kekurangan dan kealpaan yang dikarenakan masih terbatasnya pengalaman dan pengetahuan Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat bermanfaat bagi skripsi ini.

Harapan penulis semoga penelitian ini bermanfaat bagi tambahan ilmu dan informasi bagi semua pihak khususnya rekan- rekan sesama mahasiswa.

Palembang, Januari 2009

Penulis,

NUR RAHMANIA

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas berkat dan Rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Songket pada Perusahaan Zainal Songket Palembang” sebagai salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberi dukungan baik secara moril maupun material dalam penulisan skripsi ini, antara lain :

1. Prof. Dr. Hj. Badia Perizade, M.B.A, Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Dr. H. Syamsurijal, Ak, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Drs. Yuliansyah M. Diah, MM, Ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, M.B.A, Pembimbing I Skripsi.
5. Dra. Hj. Chairani Effendy, Pembimbing II Skripsi.
6. Semua Bapak/Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
7. Pimpinan dan Staf Karyawan perusahaan Zainal Songket Palembang.
8. Kedua orang tuaku yang tercinta yang telah memberikan dorongan, do'a, perhatian, dan motivasi serta dukungannya baik secara moril maupun material kepada penulis.
9. Adik-adikku, Edo & Fika.

10. Ir. H. Madian Hatta yang selalu membantu, mendukung, serta memberikan perhatiannya. Terima kasih juga atas kebahagiaan, kesetiaan, dan kesabarannya untuk selalu menunggu.
11. Kakek & Nenekku serta seluruh Keluarga Besarku yang tidak dapat kusebutkan satu per satu. Terima Kasih atas do'anya.
12. Sahabat-sahabatku tersayang Cendy, Ami, Dita, Helly, Inge, Ela, dan Shelly. Terima kasih atas kebersamaannya baik dalam suka maupun duka.. *we are fren forever* ☺
13. Teman-teman sejawat dan seangkatan di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
14. Staf Pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Semoga Allah SWT dapat membalas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dengan limpahan Berkah, Rezeki, dan Rahmat yang tak terhingga kepada kita semua. Amin..

Palembang, Januari 2009

Penulis,

NUR RAHMANIA

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PANITIA UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL & GAMBAR	xi
ABSTRAKSI	xiii
ABSTRACT	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran	8
2.1.2. Fungsi Pemasaran	9
2.1.3. Strategi Pemasaran	13
2.1.4. Marketing Mix	16
2.1.4.1. Produk	17
2.1.4.2. Harga	20
2.1.4.3. Promosi	22
2.1.4.4. Saluran Distribusi	24
2.2. Penelitian Terdahulu	25
2.3. Kerangka Konseptual Penelitian	31
BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1. Ruang Lingkup Penelitian	32
3.2. Rancangan Penelitian	32
3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	32
3.3.1. Populasi	32
3.3.2. Sampel	32
3.3.3. Jenis Data	33
3.4. Metode Pengumpulan Data	33
3.5. Teknik Analisis Data	34
BAB IV. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
4.1. Sejarah Perusahaan	36
4.2. Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	39
4.2.1. Struktur Organisasi	39
4.2.2. Pembagian Tugas	41
4.3. Produksi	43
4.3.1. Bahan Baku	43



4.3.2.	Proses Produksi	44
4.4.	Aktivitas Pemasaran	50
4.4.1.	Harga	50
4.4.2.	Produk	51
4.4.2.1.	Jenis dan Motif Produk	52
4.4.3.	Distribusi	54
4.4.3.1.	Daerah Pemasaran	54
4.4.3.2.	Saluran Distribusi	55
4.4.4.	Promosi	55
BAB V.	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
5.1.	Trend Dalam Kondisi sekarang	58
5.2.	Trend Dalam Kondisi Lalu	62
5.3.	Marketing Mix	64
5.3.1.	Strategi Produk	64
5.3.2.	Strategi Harga	67
5.3.3.	Strategi Promosi	69
5.3.4.	Strategi Saluran Distribusi	71
5.4.	Perbandingan Hasil Penelitian Terdahulu	72
BAB VI.	KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1.	Kesimpulan	75
6.2.	Saran	76
DAFTAR PUSTAKA		77
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Volume Penjualan Songket pada Perusahaan Zainal Songket Palembang (dalam unit)	4
Tabel 1.2. Volume Penjualan Songket pada Perusahaan Serengam Setia Songket Palembang (dalam unit)	5
Tabel 5.1. Volume Penjualan Songket pada Perusahaan Zainal Songket Palembang (dalam unit)	57
Tabel 5.2. Trend Penjualan Songket	59
Tabel 5.3. Ramalan Penjualan pada Perusahaan Zainal Songket Palembang (dalam unit).....	61
Tabel 5.4. Ramalan Penjualan Lalu pada Perusahaan Zainal Songket Palembang (dalam unit)	62
Tabel 5.5. Perbandingan Ramalan Penjualan Perusahaan Zainal Songket Palembang	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Siklus Hidup Produk	19
Gambar 2.2. Kerangka Konseptual Pemikiran	30
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Perusahaan Zainal Songket	41
Gambar 4.2. Proses Pencelupan Warna Benang	46
Gambar 4.3. Benang yang Sedang Dijemur	46
Gambar 4.4. Menggulung Benang	47

Gambar 4.5. Menentukan Motif Awal	48
Gambar 4.6. Tahap-tahap Pembuatan Songket	50
Gambar 5.1. Forecast Penjualan Songket	60
Gambar 5.2. Saluran Distribusi Zainal Songket Palembang	71
Gambar 5.3. Saluran Distribusi Zainal Songket pada Daerah Pemasaran Lainnya (Jakarta, Medan, Bandung, dan Bogor)	71
Gambar 5.4. Saluran Distribusi	72

Analisis Strategi Pemasaran Songket pada Perusahaan

Zainal Songket Palembang



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tentang strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh perusahaan Zainal Songket dalam usaha untuk meningkatkan volume penjualan. Selain itu juga untuk mengevaluasi penyebab naik turunnya volume penjualan pada perusahaan Zainal Songket Palembang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa selama tahun 2004-2007 volume penjualan mengalami fluktuasi (naik turun). Pada tahun 2004 volume penjualan meningkat sebesar 38,89%, pada tahun 2005 volume penjualan mengalami penurunan sebesar 20%, pada tahun 2006 perusahaan kembali mengalami kenaikan yaitu sebesar 50%, dan pada tahun terakhir yaitu tahun 2007 perusahaan mengalami peningkatan volume penjualan yaitu sebesar 16,67%. Hal ini menunjukkan bahwa volume penjualan yang dicapai oleh perusahaan Zainal Songket Palembang dalam memasarkan produknya cukup memuaskan, dimana pertumbuhan volume penjualan yang dicapai tiap tahunnya relatif stabil. Realisasi penjualan pada perusahaan Zainal Songket Palembang sudah mencapai target yang telah ditetapkan dari tahun ke tahun. Dimana dalam hal ini volume penjualan yang telah dicapai oleh perusahaan Zainal Songket lebih besar dari pada volume penjualan setelah dilakukan perhitungan ramalan penjualan. Sehingga dapat dikatakan bahwa strategi bauran pemasaran yang dijalankan oleh perusahaan Zainal Songket Palembang sudah cukup efektif dalam usahanya untuk meningkatkan volume penjualan.

Untuk lebih meningkatkan volume penjualan, maka penulis menyarankan agar perusahaan melakukan kerja sama dengan pedagang besar, hal ini dapat dilakukan perusahaan sesuai dengan pasar yang ada.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran dan Volume Penjualan

**The Analysis of Marketing Strategy of Songket
At Zainal Songket Company in Palembang**

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze about the marketing strategy which have been done by Zainal Songket Company in the effort to increase sale volume. Besides that, it also to evaluate the cause of fluctuate sale volume at Zainal Songket Company in Palembang.

The result of this research indicates that during year 2004-2007 sale volume facing fluctuation. In 2004 sale volume increased 38,89%, but in 2005 decreased 20%, in 2006 company again increase their sale volume to 50%, and in the last year that is year 2007 the company increase their sale volume to 16,67%. This situation indicates that sale volume which was achieved by Zainal Songket Company in Palembang in marketing its product is satisfied, where growth of sale volume that achieved per annum relatively stable. Sale realization of Zainal Songket Company in Palembang has reached goals which have been specified from year to year. Where in this case sale volume which has been reached by Zainal Songket bigger than sale volume after calculate of sale forecast. So, it can be said that by marketing mix strategy that run by Zainal Songket Company in Palembang have effective enough in its effort to increase sale volume.

To improve their sale volume, so writer suggest that the company must do cooperation with whole seller, it can be done by the company according to the existing market.

Key Words : Marketing Strategy and Sale Volume

BAB I PENDAHULUAN



1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki beragam budaya, agama, ras, dan juga pakaian tradisional, yaitu Kain Tenun yang berbeda dari satu daerah dengan daerah lainnya. Suatu daerah memiliki Kain Tenun yang menjadi ciri khas kotanya seperti : Kain Ulos Batak dari Sumatera Utara, Songket Balapak dan Songket Batabua dari Minangkabau, Kain Tapis dari Lampung, Kain Endek dari Bali, Sarung Songket Bugis dari Sulawesi Selatan, dan Palembang dengan Kain Songketnya (Suryadi, 2006:19).

Mengunjungi Palembang umumnya orang berbicara tentang makanan pempek yang sangat khas, sungai Musinya yang membelah kota Palembang menjadi dua bagian yaitu ulu dan ilir, jembatan Ampera yang megah, dan kain songketnya yang indah.

Kain songket adalah kain tenun asli Indonesia yang sering dijuluki “Ratunya Kain Tenun”. Sebutan yang memadai untuk kemewahan yang ditampilkannya. Sebab kain songket Palembang memang dipenuhi warna-warni cerah dan kilau emas atau perak dengan ragam motif yang rumit nan indah.

Kain songket Palembang, bila dibandingkan dengan songket-songket dari daerah-daerah lain di Indonesia mempunyai ciri-ciri yang khas. Kehalusan dan keanggunannya sangat menonjol karena kerapian pembuatannya serta motif yang ditampilkan cukup menarik.

Seiring dengan semakin besar minat masyarakat terhadap kain songket banyak sudah usaha yang didirikan untuk memenuhi permintaan tersebut. Kain Songket merupakan salah satu pakaian tradisional kota Palembang yang sangat

diminati oleh penduduk kota Palembang itu sendiri maupun penduduk dari daerah. Banyak masyarakat kota Palembang yang mempunyai keahlian untuk membuat kain songket tersebut, tetapi kebanyakan usaha tersebut masih dalam skala kecil yang merupakan usaha rumah tangga.

Usaha songket merupakan suatu usaha yang memiliki prospek yang baik untuk bisa lebih berkembang dari sekedar usaha berskala kecil. Usaha ini memiliki kesamaan antara satu dengan yang lain. Hal ini dikarenakan kain songket merupakan kain khas kota Palembang, sehingga banyak usaha sejenis yang didirikan dan untuk berbeda dari yang lain maka perlu diperhatikan mutu dan kualitas dari kain songket tersebut agar sesuai dengan standar sehingga tidak mengecewakan konsumen. Selain mutu, harga juga penting dalam memasarkan produksi tersebut karena banyak usaha sejenis yang menawarkan harga yang relatif sama sehingga perlu menentukan harga yang lebih hati-hati agar harga tersebut dapat bersaing di pasar. Walaupun demikian hendaknya perusahaan mempertahankan kualitas dari pada produknya karena dengan produk yang baik maka konsumen akan melakukan pembelian ulang terhadap produk yang ditawarkan kepada mereka.

Untuk itu usaha songket harus berusaha memberikan kualitas yang baik terhadap konsumen karena apabila pembeli merasa puas dengan apa yang dibelinya maka konsumen akan berusaha mencari lagi kain songket tersebut. Selain itu perusahaan juga harus dapat membujuk konsumen untuk membeli produknya sehingga diperlukan komunikasi dengan konsumen karena kebanyakan usaha berskala kecil kurang memperhatikan komunikasi dengan konsumennya. Kebanyakan dari usaha tersebut hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut.

Seperti juga produk-produk lain usaha songket dalam operasionalnya memerlukan strategi pemasaran yang baik. Diharapkan dengan strategi pemasaran

yang baik dan tepat dapat meningkatkan volume penjualan. Dengan demikian usaha tersebut dapat bersaing dengan usaha sejenis lainnya. Jadi disini peranan dari pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan dalam usaha untuk kelangsungan hidup, untuk berkembang dan mendapatkan keuntungan dari penjualan. Dengan memperhatikan pemasaran yang akan digunakan maka perusahaan akan dapat lebih memfokuskan kebijaksanaan pada masa yang akan datang.

Salah satu dari strategi pemasaran adalah bauran pemasaran, dan yang paling populer adalah yang dikemukakan oleh Mc Carthy dalam buku Kotler (1997:82), sebuah klasifikasi empat unsur dari alat-alat ini dikenal dengan 4P, yaitu :

1. Produk : Penawaran berwujud perusahaan kepada pasar, mencakup kualitas, rancangan, bentuk, merek, dan kemasan produk.
2. Harga : Jumlah uang yang pelanggan bayar untuk produk tertentu
3. Tempat : Alat bauran pemasaran lainnya, termasuk kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran.
4. Promosi: Meliputi semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya kepada pasar sasaran.

Perusahaan Zainal Songket adalah salah satu perusahaan yang memproduksi kain songket. Sebanyak 99% konsumennya adalah orang Batak karena mereka lebih bangga menggunakan songket tersebut. Adapun daerah pemasaran songket ini meliputi kotamadya Palembang, Bogor, Bandung, Jakarta, Medan, dan Malaysia. Banyaknya perusahaan songket yang memproduksi produk yang sejenis, sehingga

persaingan dalam penjualan di pasaran semakin tajam. Hal ini akan mempengaruhi perusahaan dalam mencapai tujuan jangka pendeknya yaitu meningkatkan volume penjualan dan tujuan jangka panjangnya mencapai laba maksimum. Keadaan ini menyebabkan perusahaan Zainal Songket harus lebih baik dalam melakukan strategi pemasaran sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada dan posisi perusahaan di pasar dapat dipertahankan dan ditingkatkan. Kita dapat mengetahui posisi dari perusahaan Zainal Songket dengan membandingkannya dengan perusahaan sejenis. Dalam hal ini penulis mengambil sampel perusahaan Serengam Setia Songket yang terletak di Jln. Ki Gede Ing Suro No. 264 Rt. 11 32 ilir Palembang. Hal ini dapat dilihat dari data volume penjualan pada dua tabel berikut ini :

Tabel 1.1
Volume Penjualan Songket
Berdasarkan Jenis Produk
Pada Perusahaan Zainal Songket di Palembang
(dalam unit)

Jenis Songket	Motif Songket	TAHUN				
		2003	2004	2005	2006	2007
Songket Tawur	• Motif Sarung Rumpak Intan	180	220	190	280	340
	• Motif Sarung Rumpak Lanang	150	200	185	260	315
	• Motif Tiga Negeri	250	315	275	400	415
	• Motif Sundur Pengantin	210	305	230	330	360
	• Motif Bintang Pinggir Seribu	180	245	170	340	365
Songket Lepus	• Motif Lepus Bintang Berantai	225	270	240	315	400
	• Motif Bintang Berakam	130	210	145	260	300
	• Naga Besaung	185	285	230	300	355
Songket Limar	• Motif Limar Sumping Tetes Mider	140	215	175	240	315
	• Motif Limar Pulir Manggis	150	235	160	275	335
Total		180	240	200	300	350

Sumber : pengolahan data primer perusahaan Zainal Songket

Tabel 1.2
Volume Penjualan Songket
Berdasarkan Jenis Produk
Pada Perusahaan Serengam Setia Songket di Palembang
(dalam unit)

Jenis Songket	Motif Songket	TAHUN				
		2003	2004	2005	2006	2007
Songket Tawur	• Motif Sarung Rumpak Intan	200	185	210	260	240
	• Motif Sarung Rumpak Lanang	180	170	175	270	250
	• Motif Tiga Negeri	220	215	250	345	315
	• Motif Sundur Pengantin	190	195	230	290	260
	• Motif Bintang Pinggir Seribu	160	150	190	300	275
Songket Lepus	• Motif Lepus Bintang Berantai	250	225	245	280	255
	• Motif Bintang Berakam	170	140	165	240	220
	• Naga Besaung	235	190	260	275	230
Songket Limar	• Motif Limar Sumping Tetes Mider	210	180	195	210	180
	• Motif Limar Pulir Manggis	185	150	180	230	175
Total		2000	1800	2100	2700	2400

Sumber : pengolahan data primer perusahaan Serengam Setia Songket

Dari tabel 1 & 2, dapat dilihat bahwa yang memiliki volume penjualan yang terus meningkat dan jumlah volume penjualan yang lebih tinggi adalah perusahaan Zainal Songket sehingga dapat diasumsikan bahwa perusahaan tersebut lebih maju dari perusahaan sejenis lainnya. Perusahaan Zainal Songket hanya mengalami penurunan volume penjualan pada tahun 2005. Setelah mengetahui posisi perusahaan maka kita dapat merumuskan strategi pemasaran yang akan digunakan untuk mengetahui usaha apa saja yang dilakukan perusahaan dalam rangka memperlancar arus barang dan jasa, maka kegiatan pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting.

Dalam hal ini penulis akan membahas masalah strategi pemasaran yang ditinjau dari sudut *marketing mix* (4P), yaitu : produk, harga, saluran distribusi, dan promosi. Pada strategi produk, perusahaan tersebut lebih menekankan pada segi

Jepang, benang mas Bangkok, dan gliter Prancis. Dalam penetapan kebijakan harga mereka melihat dari segi kualitasnya, semakin rumit/susah pembuatan songket tersebut semakin mahal pula harga songketnya. Selain itu harga yang ditawarkan juga tergantung dari bahan baku. Sistem pembayarannya bisa dilakukan dengan tunai (cash) dan juga kredit/cicilan. Sistem kredit dapat dibayar 12 kali melalui BCA dan Mandiri. Untuk strategi distribusi dilakukan dengan cara penjualan langsung kepada konsumen (tanpa perantara) dan juga dapat melalui telpon. Sedangkan, pada strategi promosi dilakukan melalui pameran-pameran, fashion show, media cetak seperti majalah; tabloid; brosur; catalog, media elektronik seperti internet, dan dari mulut ke mulut.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk menyusun skripsi dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Songket Pada Perusahaan Zainal Songket Palembang.”**

1.2. Perumusan Masalah

Setiap perusahaan akan menghadapi permasalahan dalam mencapai tujuannya, demikian juga dalam menjalankan usahanya juga menghadapi hambatan yang harus dihadapi.

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan Zainal Songket adalah *“Apakah strategi pemasaran yang digunakan perusahaan Zainal Songket sudah efektif dalam usahanya untuk meningkatkan volume penjualan?”*

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis tentang strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh perusahaan Zainal Songket hingga saat ini.
2. Untuk mengevaluasi strategi pemasaran songket yang sudah dilakukan oleh perusahaan Zainal Songket.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Dengan adanya penelitian ini dapat mengetahui strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan penjualan.
2. Sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan Zainal Songket untuk menyusun kebijakan strategi pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdila, Novi. 2007. *Analisis Strategi Bauran Pemasaran pada Toko Karpét Halmahera Palembang*. Palembang: Universitas Sriwijaya
- Asri, Marwan dan Gunawan. 1998. *Anggaran Perusahaan*. Edisi ketiga. Yogyakarta: Penerbit BPFE
- Fikri, Akhmad. 2006. *Analisis Strategi Bauran Pemasaran pada CV. Thamrin Bersaudara Bengkulu*. Palembang: Universitas Sriwijaya
- Kotler, Philip. 1991. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Edisi keenam. Jilid I dan II. Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip. 1992. *Manajemen Pemasaran*. Edisi keenam. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesembilan. Jilid II. Jakarta: Penerbit PT. Prenhallindo
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Jilid I. Jakarta: Penerbit PT. Prenhallindo
- Madura, Jeff. 2001. *Pengantar Bisnis*. Buku 2. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Natalisa, Diah. 2007. *Riset Pemasaran, Konsep, dan Aplikasi dalam Penelitian*. Palembang: Penerbit Unsri
- Pride, William M. 1995. *Pemasaran*. Edisi ketujuh. jilid I. Jakarta: Binarupa Aksara
- Riady, Edy Adi Putra. 2006. *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Furniture pada CV Sriwijaya Pantri Utama Palembang*. Palembang: Universitas Sriwijaya
- Santoso, Singgih dan Tjiptono. 2001. *Riset Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo
- Stanton, William J. 1996. *Prinsip Pemasaran*. Edisi ketujuh. Jilid I. Jakarta: Binarupa Aksara

- Suryadi, Nining I. 2006. *Songket Palembang, Indahnya Tradisi Ditenun Sepenuh Hati*. Cetakan Pertama. Jakarta: Penerbit Dian Rakyat
- Swastha, Basu dan Hani Handoko. 1991. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Liberty
- Swastha, Basu dan Hani Handoko. 1993. *Pengantar Bisnis Modern*. Edisi ketiga. Yogyakarta: Liberty
- Zainuddin. 2008. *Strategi Pemasaran Kerupuk Kemplang pada Perusahaan H. Akmal di Palembang*. Palembang: Universitas Sriwijaya