

**ANALISIS IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN APIKRI  
DALAM MENDAPATKAN *BUYER***

Skripsi



Oleh :

**SEKAR SENJA DIWANI  
NIM. 153080302**

**Disusun  
Untuk Memenuhi Syarat Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" YOGYAKARTA**

**2012**

## ABSTRAK

Apikri sebagai lembaga perantara pemasaran produk kerajinan antara *supplier* dan *buyer* sangat membutuhkan komunikasi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produknya. Penelitian ini berjudul Analisis Implementasi Komunikasi Pemasaran Apikri dalam Mendapatkan *Buyer*. Apikri memiliki mayoritas pembeli yang berada di luar negeri dan kekuatan prinsip *Fair Trade* yang mereka pakai mempengaruhi upaya komunikasi pemasarannya dalam mendapatkan pembeli. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk komunikasi pemasaran Apikri, mengkaji pelaksanaan program komunikasi pemasaran Apikri, mengetahui hambatan dan keuntungan dari penerapan komunikasi pemasaran Apikri, dan mengevaluasi implementasi komunikasi pemasaran yang telah dilakukan Apikri dalam mendapatkan *buyer*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi secara langsung ke kantor Apikri, wawancara dengan Direktur, Kepala Divisi Pemasaran, dan pembeli Apikri, serta menggunakan dokumen dan data dari Apikri. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Apikri mengadakan perencanaan komunikasi pemasaran, pelaksanaan komunikasi pemasaran dengan menggunakan *Promotional Mix* yaitu periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan pemasaran langsung yang seluruh kegiatannya berdasar pada prinsip *Fair Trade* karena Apikri tidak hanya berorientasi bisnis tetapi juga untuk memberikan manfaat bagi para industry rumahan, serta mengevaluasi keberhasilan pelaksanaan komunikasi pemasaran. Secara keseluruhan pelaksanaan komunikasi pemasaran yang dilakukan Apikri sudah cukup baik, mayoritas kegiatan komunikasi pemasaran Apikri adalah *Public Relations* karena Apikri harus memperkuat pondasi dengan prinsip *Fair Tradenya*. Kegiatan komunikasi pemasaran paling efektif adalah dengan pertemuan WFTO, pengiriman foto produk melalui *email/website*, dan *visiting buyer* ke *showroom* Apikri hal ini dibuktikan dengan perkembangan perusahaan yang cukup stabil dan cukup meningkat dari tahun ke tahun. Namun jika ingin memaksimalkan mendapatkan pembeli, sebaiknya Apikri menambah Divisi *Public Relations* dan terus meng-*update website* milik Apikri.

Kata Kunci : Komunikasi pemasaran, organisasi Fair Trade, pembeli

## ABSTRACT

Apikri is a trading house of handicraft product that connected between supplier and buyer which is marketing communications is involved to increase the sales of product. This research titled “Analysis The Implementation of Marketing Communications Apikri to Get Buyer”. Most of the Apikri’s buyer was came from the other country and the power of their Fair Trade principles influenced their marketing communications effort to get buyer. The aim of this research is to know how Apikri’s marketing communications, to review the implementations of Apikri’s marketing communications, to know the obstacles and the advantages of the application of Apikri’s marketing communications, and to evaluate the implementations of Apikri’s marketing communications to get buyer. The methodology of this research is qualitative method with descriptive approach. The data was collected by observation techniques to Apikri office, interview with the Apikri’s Director, Apikri’s Head of Marketing Division, and Apikri’s buyer, and also used data and dokument from Apikri. The result showed that Apikri’s held marketing communications planning, implementation of marketing communications by using the Promotional Mix, those are advertising, sales promotion, public relations, personal selling, and direct marketing that whole of there activities based on the principles of Fair Trade. It because Apikri not only business-oriented but also profitable to home industry, and to evaluating the successful implementations of Apikri’s marketing communications. Overall the Apikri’s implementations of marketing communications is good enough, most of Apikri’s implementations of marketing communications is Public Relations because Apikri have to strengthen Fair Trade as their principle. The most effective marketing communications activities is to WFTO meetings, sent photo product by email/website, and visited buyer to Apikri’s showroom, evidenced by the company progress with stability and enhancement year by year. However if Apikri want to maximize to get buyer, it would be better to Apikri to add Division of Public Relations and updating the Apikri’s website.

Key words : Marketing communication, Fair Trade organization, buyer