

**EFEKTIVITAS PENGGUNAAN *INTERNET MARKETING*
PADA KELOMPOK INDUSTRI BATIK TULIS GIRILOYO
BANTUL YOGYAKARTA**

Tesis

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 2

Program Studi Magister Manajemen



Diajukan Oleh

Mohammad Rianda Al Rasyid

20121020053

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2015**

TESIS
**EFEKTIVITAS PENGGUNAAN *INTERNET MARKETING*
PADA KELOMPOK INDUSTRI BATIK TULIS GIRILOYO
BANTUL YOGYAKARTA**

Diajukan Oleh

Mohammad Rianda Al Rasyid
20121020053

Telah Disetujui Oleh:

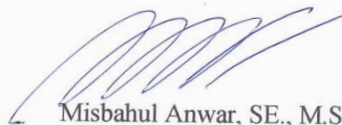
Pembimbing I



Retno Widowati, M.Si., Ph.D

Tanggal... 9 - 9 - 2015

Pembimbing II



Misbahul Anwar, SE., M.Si

Tanggal.....

TESIS

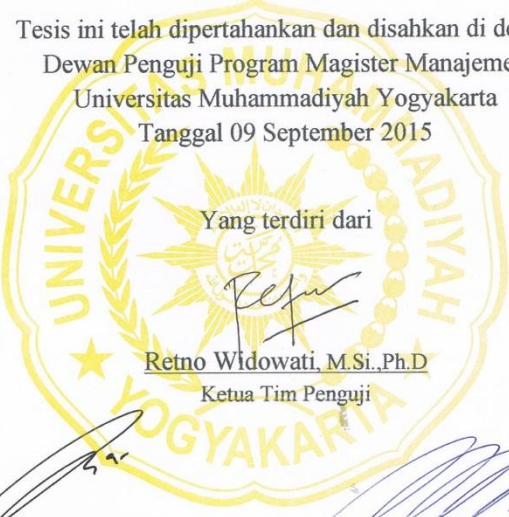
**EFEKTIVITAS PENGGUNAAN *INTERNET MARKETING*
PADA KELOMPOK INDUSTRI BATIK TULIS GIRILOYO
BANTUL YOGYAKARTA**

Diajukan Oleh

Mohammad Rianda Al Rasyid
20121020053

Tesis ini telah dipertahankan dan disahkan di depan
Dewan Penguji Program Magister Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 09 September 2015

Yang terdiri dari

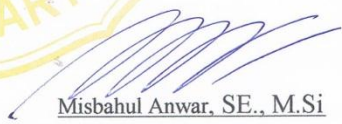


Retno Widowati, M.Si., Ph.D

Ketua Tim Penguji



Dr. Siti Dyah Handayani
Anggota Tim Penguji



Misbahul Anwar, SE., M.Si
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Ketua Program Magister Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

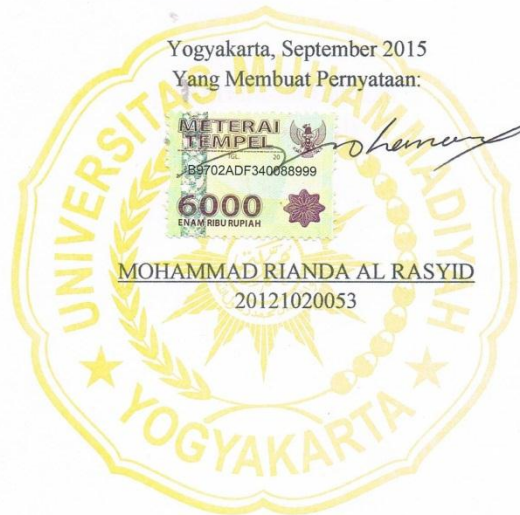
Prof. Dr. Heru Kurnianto Tjahjono

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini bukan merupakan hasil plagiat karya orang lain, melainkan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diterbitkan oleh pihak manapun. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ada yang mengklaim bahwa karya ini adalah milik orang lain dan dibenarkan secara hukum, maka saya bersedia dituntut berdasarkan hukum yang berlangsung di Indonesia.

Yogyakarta, September 2015

Yang Membuat Pernyataan:



MOHAMMAD RIANDA AL RASYID

20121020053

MOTTO

“No Body is Perfect but Everybody could do the Best”

“Sebaik-baiknya manusia adalah yang bermanfaat bagi manusia
lainnya”

(HR. Thabrani & Daruqutni)

Al Harakah Barakah

(Ust. Wahid)

With Love
Mom n Dad

KATA PENGANTAR

Assalamu’alaikum Warakhmatullah...

Penulis bersyukur kepada Allah yang telah memampukan dan menguatkan diri hingga pada akhirnya tesis ini dapat terselesaikan. Tesis yang berjudul “Efektivitas Penggunaan *Internet Marketing* pada Kelompok Industri Batik Tulis Giriloyo Bantul Yogyakarta” ini merupakan salah satu syarat dalam meraih gelar sarjana strata 2 (S-2) pada program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis tidak memungkiri akan ketidak-sempurnaan yang masih ada dalam tesis ini, hal yang diharapkan bagi penulis agar menjadi sarana bagi siapa saja untuk dapat mengoreksi dan menyempurnakan bersama dimasa mendatang. Keberhasilan dalam menyelesaikan tesis ini penulis sadari berkar dukungan dan *support* dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Retno Widowati Purnama Asri, M.Si.,Ph.D serta bapak Misbahul Anwar, SE., M.Si selaku pembimbing 1 dan 2 yang telah banyak memberikan motivasi dan panduannya dalam proses penyelesaian tesis ini.
2. Bapak Prof. Heru Kurnianto Tjahjono, selaku ketua program Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang telah turut andil pula dalam memberikan masukan moril dan motivasi kepada penulis.
3. Keluarga penulis dan sang kekasih yang tercinta yang selalu memberikan doa dan juga dukungan yang tanpa henti.
4. Semua pihak yang tidak dapat penulis tuliskan satu persatu, semoga amal ibadahnya dibalas oleh Allah SWT.

Akhirnya harapan penulis semoga tesis ini dapat memberikan manfaat yang luas bagi semua pihak terutama bagi ilmu pengetahuan Program Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Wassalamu’alaikum Warakhmatullah...

Yogyakarta, September 2015

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Motto.....	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Tabel	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Studi	4
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1. Dinamika Pemasaran	9
2.1.2. Internet Marketing <i>E-Cycle</i>	11
2.1.3. Pengertian Efektivitas	16
2.1.4. <i>Internet Marketing</i>	18
2.1.5. Batik.....	23
2.2. Penelitian Terdahulu	24
2.3. Kerangka Pikir Penelitian	26

BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1. Metode Penelitian	29
3.2. Desain Penelitian	29
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	30
3.4. Populasi.....	30
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6. Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV GAMBARAN UMUM ORGANISASI.....	35
4.1. Sejarah Singkat	35
4.2. Gambaran Umum Kelompok Industri Batik.....	36
4.3. Fungsi Paguyuban Batik	36
4.4. Visi dan Misi.....	38
BAB V DESKRIPSI PERMASALAHAN	40
5.1. Revolusi Pemasaran Melalui Internet	40
5.1.1. Teori <i>Marketing Dynamic</i> dan Realitanya.....	40
5.1.1.1. Generasi Pertama.....	41
5.1.1.2. Generasi Kedua	41
5.1.1.3. Generasi Ketiga	42
5.1.1.4. Generasi Keempat	42
5.1.2. Adaptasi Industri Kecil dengan Internet	44
5.2. Faktor-Faktor Terkait Obyek Penelitian	46
5.3. Alasan Pertama Rumusan Masalah.....	46
5.4. Alasan Kedua Rumusan Masalah	48
5.5. Kaitan Permasalahan dengan Teori	48
5.5.1. Teori Efektivitas	48
5.5.1.1. Kemampuan Memecahkan Masalah	48
5.5.1.2. Pencapaian Tujuan	48
5.5.2. Teori <i>Internet E-Cycle</i> (Awad EM).....	51
5.5.3. Konsekuensi Terhadap Keputusan Manajemen.....	55

BAB VI ANALISIS PEMECAHAN MASALAH DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN.....	58
6.1. Analisis Hasil Wawancara	58
6.2. Analisis Hasil Uji t	61
6.3. Hasil Uji t Berpasangan.....	61
6.4. Hasil Observasi	62
6.5. Pembahasan.....	65
6.5.1. Peningkatan Penjualan	66
6.5.2. Peningkatan Konsumen dan Pelanggan	71
6.5.3. Efektivitas dalam Promosi	75
6.5.4. Kemudahan dalam Menjalani Komunikasi.....	78
6.6. Keputusan yang Diambil Serta Konsekuensi yang Muncul...	80
6.6.1. Berdasarkan Teori Efektivitas.....	80
6.6.1.1. Kemampuan Memecahkan Masalah.....	80
6.6.1.2. Pencapaian Tujuan.....	81
6.6.2. Berdasarkan Teori <i>Marketing E-Cycle</i>	84
6.6.2.1. Perencanaan Bisnis	85
6.6.2.2. Produk (<i>Product</i>)	91
6.6.2.3. Harga (<i>Pricing</i>).....	93
6.6.2.3. <i>Place</i>	94
6.6.2.4. <i>Promotion</i>	95
6.6.2.5. <i>Personalization/personalisasi</i>	96
 BAB VII IMPLIKASI TERHADAP ORGANISASI	 99
7.1. <i>Set- Up</i> Organisasi	99
7.1.1. Persiapan SDM dan Prasarana Internet.....	100
7.1.2. Pelatihan Internet yang Berkelanjutan.....	101
7.1.3. Menerapkan <i>Internet Marketing E-Cycle</i>	102
7.2. Reaksi Negatif dan Cara Penyelesaiannya	103

BAB VIII SIMPULAN DAN SARAN	106
8.1. Simpulan.....	106
8.2. Kelemahan dalam Implementasi <i>Internet Marketing</i>	108
8.3. Keterbatasan Penelitian	109
8.4. Masukan dan Saran.....	110

Daftar Pustaka

Lampiran

DAFTAR GAMBAR

2.1. Siklus Pemasaran Internet.....	12
2.2. Skema Efektivitas.....	17
2.3. Lingkup <i>Internet Marketing</i>	21
2.4. <i>Market and Product Strategic Grid</i>	22
2.5. Kerangka Pikir Penelitian	28
3.1. <i>Interactive Model Analysis</i>	31
4.1. Struktur Paguyuban.....	37
4.2. Struktur Kepengurusan	39
6.1. Adaptasi Siklus Pemasaran Internet.....	98

DAFTAR TABEL

2.1. <i>Marketing for Milennium</i>	11
2.2. Penelitian Terdahulu	25
5.1. Generasi Perkembangan Internet	43
6.1. Responden dan Tujuannya	59
6.2. Uji t Berpasangan.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Hasil Wawancara <i>Guided Interview</i>	116
Lampiran 2	: Data Penjualan.....	127
Lampiran 3	: Poto-Poto Batik Giriloyo Imogiri Bantul	129

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membahas tentang efektivitas dari penggunaan *internet marketing* yang terdapat pada paguyuban batik tulis Giriloyo, Bantul Yogyakarta. Pembahasan dalam penelitian ini adalah: a) teknologi pemasaran internet seperti apa yang telah diaplikasikan? b) sejauh mana efektivitas yang telah dicapai sebelum menggunakan internet dan setelah menggunakan internet c) apa dampak positif yang didapat dan apakah kesulitan yang dihadapi dalam menggunakan internet marketing? d) model pemasaran internet seperti apa yang digunakan? dan bagaimanakah model yang ideal? Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan didukung data kuantitatif. Penelitian ini juga menggunakan metode interaktif yang terdiri dari: reduksi data, pengumpulan data, presentasi data dan penyimpulan data, yang dapat dilakukan sebelum dan selama pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* sebagai teknik mengumpulkan data. Hasilnya menunjukkan bahwa terjadi perkembangan yang cukup signifikan terhadap kelompok batik tulis yang menerapkan internet sebagai media pemasaran mereka, meskipun bagitu ada beberapa kelemahan yang harus dibenahi, seperti sosialisasi yang berkelanjutan, menerapkan sistem online yang profesional yang diusulkan oleh Awad Elias (*Internet Marketing E-Cycle*), menjalin kerjasama dengan pebisnis online yang telah berpengalaman, dan meningkatkan intensitas pelatihan pemasaran online.

Kata Kunci: Efektivitas, Industri Batik, Pemasaran Internet, Deskriptif.