



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**Strategi Komunikasi Pemasaran Kerajinan  
Limbah Plastik di Tengah Pandemi Covid-19  
(UKM Tris Flower Jambangan Surabaya)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan  
Ampel Surabaya, Sebagai Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
(S.Ikom)

Oleh:

**Wilujeng Restu Sarastri**  
**NIM. B05217061**

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah  
dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan  
Ampel Surabaya

2022

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wilujeng Restu Sarastri  
NIM : B05217061  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan ini, skripsi dengan judul **Strategi Komunikasi Pemasaran Kerajinan Limbah Plastik di Tengah Pandemi Covid-19 (UKM Tris Flower Jambangan Surabaya)** merupakan hasil karya penelitian yang dilakukan sendiri oleh peneliti. Segala unsur yang bukan milik peneliti, telah dicantumkan di dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terdapat bukti pelanggaran di dalam karya skripsi saya, maka saya bersedia untuk menerima sanksi akademik berupa dicabutnya skripsi dan gelar sarjana yang telah diperoleh melalui skripsi ini.

Surabaya, 14 Oktober 2020  
Yang membuat pernyataan

  
Wilujeng Restu Sarastri  
NIM. B05217061  
Wilujeng Restu

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Wilujeng Restu Sarastri  
NIM : B05217061  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judu Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Kerajinan  
Limbah Plastik di Tengah Pandemi Covid-19  
(UKM Tris Flower Jambangan Surabaya)

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 13 Oktober 2022

Menyetujui Pembimbing



Dr. Hj. Lilik Hamidah., S.Ag., M.Si  
NIP. 197312171998032002

# LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Strategi Komunikasi Pemasaran Kerajinan Limbah Plastik di Tengah  
Pandemi Covid-19 (UKM Tris Flower Jambangan Surabaya)

SKRIPSI

Disusun Oleh :  
Wilujeng Restu Sarastri  
B05217061

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu  
Pada tanggal 24 Oktober 2022  
Tim Penguji

Penguji I

Dr. Hj. Lilik Hamidah., S.Ag., M.Si  
NIP. 197312171998032002

Penguji II

Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag  
NIP. 19600412199403100

Penguji III

Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag, M.Fil.I  
NIP. 19711017198031001

Penguji IV

Pardianto, S.Ag, M.Si  
NIP. 197306222009011004

Surabaya, 24 Oktober 2022

Dekan,



Choirul Arif, S.Ag, M.Fil.I  
110171998031001



UIN SUNAN AMPEL  
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Wilujeng Restu Sarasatri  
NIM : B05217061  
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Ilmu Komunikasi  
E-mail address : queenrasasi@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Strategi Komunikasi Pemasaran Kerajinan Limbah Plastik di Tengah  
Pandemi covid-19 (UKM Tris Flower Jambangan Surabaya)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 19 Desember 2023

Penulis

( Wilujeng Restu S. )  
nama terang dan tanda tangan

## ABSTRAK

**Wilujeng Restu Sarastri, NIM B05217061, 2022.** Strategi Komunikasi Pemasaran Kerajinan Limbah Plastik Tris Flower Jambangan Surabaya.

Adanya kepadatan penduduk di wilayah perkotaan di Indonesia, menjadikan wilayah perkotaan di Indonesia memiliki masalah yang cukup serius akibat kurangnya perhatian akan limbah sampah plastic. Terdapat banyak upaya yang dilakukan baik oleh pemerintah maupun dari inovasi masyarakat untuk meminimalisir dampak yang ditimbulkan dari tingginya jumlah sampah plastic di Indonesia. Salah satunya adalah dengan menciptakan sebuah kerajinan daur ulang yang terbuat dari bahan dasar limbah sampah plastic. Dimana produk kerajinan dari limbah sampah plastic ini juga dapat memiliki nilai guna dan nilai jual. Oleh karena itu, banyak pelaku usaha di bidang kerajinan daur ulang yang kini mulai memanfaatkan strategi komunikasi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan daya jual kerajinannya.

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah, untuk menggambarkan tentang bagaimana strategi komunikasi pemasaran dan hambatan yang dialami oleh Tris Flower Jambangan Surabaya dalam memasarkan produk kerajinan limbah plasticnya. Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Penelitian ini juga dilakukan dengan menggunakan teori komunikasi pemasaran 4P dari Kotler. Dimana teori komunikasi pemasaran 4P ini berisikan bahwa strategi komunikasi pemasaran harus memperhatikan empat poin, yaitu *product, price, place, and promotion*.

Kata Kunci : Strategi, Komunikasi Pemasaran, Kerajinan Limbah Plastik

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	i
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....	iii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	16
C. Tujuan Penelitian .....	16
D. Manfaat Penelitian .....	16
E. Definisi Konsep .....	17
F. Sistematika Penulisan .....	19
BAB II.....	21

KAJIAN TEORETIK.....	21
A. Kajian Teoritik.....	21
1. Strategi Komunikasi Pemasaran .....	21
a. Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	21
b. Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran .....	25
c. Tujuan Strategi Komunikasi Pemasaran .....	30
2. Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Islam .....	37
3. Teori Bauran Pemasaran 4P .....	44
4. Kerangka Penelitian .....	47
B. Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	50
BAB III.....	54
METODE PENELITIAN .....	54
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	54
B. Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian .....	54
C. Jenis dan Sumber Data.....	55
1. Jenis Data.....	55
2. Sumber Data Penelitian .....	56
D. Tahap-Tahap Penelitian .....	56
E. Teknik Pengumpulan Data .....	59



F. Teknik Validitas Data .....	60
BAB IV .....	62
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	62
A. Gambaran Umum Tris Flower Surabaya .....	62
B. Penyajian Data.....	63
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	78
BAB V.....	93
KESIMPULAN.....	93
A. Kesimpulan.....	93
B. Saran.....	94
LAMPIRAN .....	96
DAFTAR PUSTAKA .....	98


  
 UIN SUNAN AMPEL  
 S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Alabi, O. A., Ologbonjaye, K. I., Awosolu, O., & Alalade, O. E, *Public and environmental health effects of plastic wastes disposal: a review*. (Open Access Journal Toxicol Risk Assess, 5-021, 2019)
- Amelya Dian Agustin, “Strategi Komunikasi Pemasaran UKM (Usaha Kecil Menengah) Tiara Handicraft Dalam Pemasaran Produk”. (online) *Skripsi*, diakses pada 14 April 2021
- Badan pengembangan dan Pembinaan Bahasa, *Limbah*, diakses pada 12 April 2021 dari <https://www.kemdikbud.go.id/entri/limbah>
- Beaumont, N. J., et al, *Global ecological, social and economic impacts of marine plastic*, (Marine pollution bulletin, 142, 2019).
- Boediman, E. P., & Lubis, A, *Prinsip-Pinsip Islam Dalam Aktifitas Komunikasi Pemasaran Di Agen Perjalanan*. (Avant Garde, 4(1), 2016),
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005),
- Christantyawati, N., dkk, *Metamorfosis Media Komunikasi Pemasaran Produk Hasil Usaha Mikro Kecil Dan Menengah*. (Jurnal Terapan Abdimas, 3(2), 2019)
- Damanhuri, E., & Padi, T, *Pengelolaan sampah*, (Bandung: Diktat kuliah Teknik Lingkungan ITB, 2010).
- Dinas Lingkungan Hidup dan Kehutanan Kota Surabaya, *Statistik Lingkungan Hidup dan Kehutanan Surabaya Tahun 2006*. (Surabaya: DLHK, 2006).
- Donni Juni Priansa, “*Komunikasi Pemasaran Terpadu*”, (Bandung: Pustaka Setia, 2017)
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: ANDI), 1997

- Firly Aviliani, "Strategi Komunikasi Pemasaran PT Ojek Syari", *skripsi*, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018.
- Firmansyah, M. A, *Komunikasi Pemasaran*, (Pasuruan: Qiara Media, 2020)
- Hariningsih, E, *Internet Advertising Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Interaktif*. (Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi, 1(2), 2013)
- Ilham Prisgunanto, *Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2006),
- Kahfi, Ashabul. "Tinjauan terhadap pengelolaan sampah." *Jurisprudentie: Jurusan Ilmu Hukum Fakultas Syariah dan Hukum 4.1* (2017)
- Khasanah Irodatul, "Strategi Komunikasi Pemasaran Lasgna Larise Dalam Meningkatkan Penjualan", *skripsi*, Fakultas dakwah dan Komunikasi jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019.
- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, *Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional*. (Jakarta: Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. Laporan Statistik Pengelolaan Sampah Nasional, 2021).
- Kennedy, Posma Sariguna Johnson. "*Modul Ekonomi Pembangunan Sustainable Development Goals (SDGs) Dalam Ekonomi Pembangunan Indonesia*." (2020).
- Lestari, Tri Ayu, *Komunikasi Pemasaran Melalui Media Online (Studi Isi Wwebsite E-Commercial Raissa Ang)*. Other thesis, University of Muhammadiyah Malang. 2011
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 1996)

- Morissan, “Periklanan : *“Komunikasi Pemasaran Terpadu”*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010),
- Mulitawati, Iga Mauliga, and Maya Retnasary. "Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram@ ahlinyaobatmaag)." *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial* 4.1, 2020,
- Oetomo, B. S. D., & Santoso, S, *Pengaruh web dalam komunikasi pemasaran untuk meningkatkan perhatian dan ketertarikan konsumen Online*, (Jurnal Eksplorasi Karya Sistem Informasi dan Sains, 8(2), 2015)
- Prabowo, & Alif Septiyan, *Implementasi bauran pemasaran di Bank Sampah Malang*. (Malang: Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2017).
- Puspa, B. B, *Kajian Konsep Pengelolaan Sampah yang Terintegrasi untuk Mendukung Pengelolaan Sampah yang Berkelanjutan di Kota Pekanbaru* (Bandung: Doctoral dissertation, Fakultas Teknik Unpas, 2020)
- Putra, Desvanda Arya, et al. "Evaluasi Program Pahlawan Ekonomi dan Pejuang Muda Menuju Sustainable Development Goals Dikota Surabaya." *Jurnal Syntax Transformation* 1.3 (2020)
- Prayitno, Sunarto dan Rudy Harjanto, “*Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu: Integrated Marketing Communication Management*”, (Depok: Rajawali Pers, 2017)
- Rudika Harminingtyas, Analisis Layanan Website Sebagai Media Promosi, Media Transaksi, dan Media Informasi dan Pengaruhnya Terhadap BrandImage Perusahaan pada Hotel Ciputra di Kota Semarang, *Jurnal STIE SEMARANG*, Vol.6, No.3, Oktober 2014

- Sofjan Assauri, *“Manjement Pemasaran”*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015)
- Syamsudin, Syamsudin, and Junaidin Junaidin. "Analisis Kebijakan Pengembangan Kota Bima Ssebagai Kota Tepian Air (Water Front City." *Jurnal Ilmiah Administrasi Negara* 14.3 (2017).
- Shrivastava, A., & Dawle, A, *An Overview Of Marketing Communication Strategy: A Descriptive Study*, (*International Journal of Current Research*, 12(10), 2020)
- Spinoglio, M. A, *Market Communication Strategy: A case study of IKEA*, (Stockholm: Kth Royal Institute of Technology, 2020)
- Sri Widyastuti, *“Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu”*, (Jakarta : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila. 2017),
- Utama, Rd Dian H., and Feni Rosalina. "Pengaruh Testimoni dalam Periklanan." *Manajerial: Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi* 15.1 2016,
- Zakiyah, Titin, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Pada Toko Busana Muslim Galeri Yasmin Kabupaten Trenggalek)*, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2017)