

**STRATEGI MEMBANGUN *BRAND* KCHARISMATIK
(Studi Pada Pabrik Kata-Kata JOGER Bali)**

SKRIPSI



Oleh

**AHMAD ALI YUSUF
NIM : 09510086**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2013

**STRATEGI MEMBANGUN *BRAND* K HARISMATIK
(Studi Pada Pabrik Kata-Kata JOGER Bali)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada :
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

AHMAD ALI YUSUF
NIM : 09510086

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2013

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI MEMBANGUN *BRAND* K HARISMATIK
(Studi Pada Pabrik Kata-Kata JOGER Bali)**

SKRIPSI

Oleh

**AHMAD ALI YUSUF
NIM : 09510086**

Telah disetujui 23 Agustus 2013
Dosen Pembimbing,

H. Slamet, SE., MM., Ph. D
NIP. 19660412199803 1 003

Mengetahui :
Ketua Jurusan,

Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M. EI
NIP. 19750707200501 1 005

LEMBAR PENGESAHAN
STRATEGI MEMBANGUN *BRAND* KHARISMATIK
(Studi Pada Pabrik Kata-Kata JOGER Bali)

SKRIPSI

Oleh

AHMAD ALI YUSUF
NIM : 09510086

Telah Dipertahankan di Depan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada 7 September 2013

Susunan Dewan Penguji		Tanda Tangan
1. Ketua		
<u>Irmayanti Hasan, ST., MM</u>	:	()
NIP. 19770506 200312 2 001		
2. Sekretaris		
<u>H. Slamet, SE., MM., Ph. D</u>	:	()
NIP. 19660412 199803 1 003		
3. Penguji Utama		
<u>Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M. Ag</u>	:	()
NIP. 19620115 199803 1 001		

Disahkan Oleh :
Ketua Jurusan,

Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.El
NIP. 19750707 200501 1 005

PERSEMBAHAN

Allah Swt. yang Maha Suci dan Maha Agung dengan segala dzat-Nya. Allah lah yang mengabulkan setiap doa para hamba-Nya yang berada dalam kesulitan. Dia memberikan ujian karena kita lemah membutuhkan pertolonganNya ...

Dengan ketulusan hati dan cinta kasih sayang nan suci kupersembahkan karya ini untuk orang-orang yang senantiasa bersemayam dalam hati dan yang aku cintai selama hidupku, Sepanjang mutiara hati yang memancarkan sinar kasih sayang yang tak pernah usai dalam menyayangiku, mengasihiku, yang telah mendidikku dan mengasuhku dengan setulus hati, sebening cinta dan setulus doa.

Teruntuk Ayah & Ibu ...

Dengan Doa dan pengorbananmu ananda dapat berhasil, dan kelembutan kasih sayangmu yang selalu menyertai ananda dalam situasi apapun ...

Guru-guru yang telah memberikan ilmunya yang tak terhingga semenjak usia dini hingga akhir hayat yang tidak akan terlupakan, dan semoga menjadi ilmu yang manfaat dan barokah ...

MOTTO

Ojo dadi wong kang rumongso iso, Dadio wong kang iso rumongso ...

﴿ إِنَّا لَا نَبْدِلُ مَا كُنَّا بِكُمْ عَنِ شَرِّ الْمُشْرِكِينَ ﴾

".....Sesungguhnya Allah tidak merubah Keadaan (nasib) sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri." (QS. Ar-ra'd (13) : 11)



KATA PENGANTAR

Assalamualaykum Wr. Wb

Segala puji kami haturkan kepada Allah Swt. yang telah memberikan limpahan rahmat, hidayah dan taufiqNya sehingga dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan judul “Strategi Membangun *Brand* Kharismatik (Studi pada Pabrik Kata-Kata JOGER Bali)”. Shalawat dan salam semoga tetap ditujukan kepada Nabi Muhammad Saw. dengan perjuangannya yang telah membawa perubahan dari zaman jahilliyah menuju zaman yang terang benderang dan beradab yang dapat kita rasakan saat ini. Tidak lupa kami ucapkan terima kasih yang mendalam kepada :

1. Ayahanda Al Imron dan Ibunda Siti Sholihah dengan doa dan nasehat-nasehatnya dapat menempuh penulisan skripsi ini.
2. Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M. Si selaku Rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M. Ei selaku Ketua Jurusan Manajemen UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
5. H. Slamet, SE., MM., P. hD selaku Pembimbing Skripsi yang meluangkan waktunya untuk membimbing dalam penyelesaian Skripsi ini.
6. Segenap Dosen dan Staff Jurusan Manajemen yang melayani setulus hati kepada kami.

7. Pimpinan Pabrik Kata-Kata Joger Bali Bapak Joseph Theodorus Wulianadi yang memberikan kesempatan melakukan penelitian di Outletnya.
8. Bapak Sutrisno Joger beserta Keluarga Joger Bali yang menginspirasi dan memberi masukan tentang Joger Bali.
9. Irma Silvi Permatahati, S. Psi yang setia menginspirasi hidup dan memberikan semangat dalam penyelesaian penulisan skripsi.
10. Tete Istiqomah Amd. Keb beserta keluarga yang banyak menasehati selama perjalanan kuliah.
11. KH. Marzuqi Mustamar, M. Ag selaku Pengasuh PP. Sabilurrosyad Malang beserta keluarga besar SABROS.
12. Aa' Syahrial Ardiansyah, S. Ag, Aa' M. Tauhid Firmansyah, S. Hi dan Aa' Nurwansyah dengan kalimat-kalimat yang menggugah semangat hidup.
13. Teman-teman Mahasiswa Jurusan Manajemen angkatan 2009 senasib seperjuangan yang selalu memberikan dorongan dan masukan.

Semoga dalam penulisan Skripsi ini dapat memberi manfaat bagi diri sendiri dan khalayak umum secara berkesinambungan. Amiin

Wassalamualaykum Wr. Wb.

Penyusun

(Ahmad Ali Yusuf)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kajian Teori	12
2.2.1 Definisi Strategi	12
2.2.2 Definisi <i>Brand</i>	13
2.2.3 Definisi <i>Brand</i> Kharismatik	15

2.2.4 Manfaat <i>Brand</i>	21
2.2.5 Komponen <i>Brand</i> Kharismatik	25
2.2.6 Ciri-ciri <i>Brand</i> Kharismatik	28
2.2.7 Syarat-syarat Membangun <i>Brand</i> Kharismatik	30
2.2.8 Strategi Membangun <i>Brand</i> Kharismatik	32
2.2.9 Strategi Pemasaran	39

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian	44
3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian	44
3.3 Data dan Sumber Data	45
3.4 Teknik Pengumpulan Data	47
3.5 Analisis Data	49

BAB IV PEMAPARAN HASIL PENELITIAN

4.1 Paparan Data Hasil Penelitian	52
4.1.1 Sejarah Perusahaan	52
4.1.2 Visi & Misi Pabrik Kata-Kata Joger Bali	56
4.1.3 Struktur Pabrik Kata-Kata Joger Bali	58
4.1.4. Paparan Hasil Analisis Data Penelitian	59
4.1.4.1 Data Hasil Observasi	59
4.1.4.2 Data Hasil Wawancara	59
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	64

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran	77

DAFTAR PUSTAKA	78
-----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Manfaat <i>Brand</i>	8
Tabel 3.1 Data Informan Penelitian	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kata-Kata Joger yang Unik & Nyeleneh	21
Gambar 2.1 Tingkatan <i>Brand</i> Loyalty	21
Gambar 4.1 Logo <i>Brand</i> Pabrik Kata-Kata Joger Bali	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Instrumen Wawancara Penelitian

Lampiran 2 : Struktur Sederhana Pabrik Kata-Kata JOGER Bali

Lampiran 3 : Foto Pimpinan Pabrik Kata-Kata JOGER Bali

Lampiran 4 : Kata-Kata JOGER Bali

Lampiran 5 : Bukti Konsultasi

Lampiran 6 Surat Ijin Penelitian Skripsi

Lampiran 7 : Surat Pernyataan Penelitian dari Perusahaan

Lampiran 8 : Riwayat Hidup Peneliti

ABSTRAK

Yusuf, Ahmad Ali. 2013. SKRIPSI. Judul: “Strategi Membangun *Brand* Kharismatik (Studi pada Pabrik Kata-Kata JOGER Bali)”. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Pembimbing : H. Slamet, SE., MM., Ph. D.

Kata Kunci : Strategi, *Brand* Kharismatik.

Sejalan dengan perkembangan bisnis yang pesat dan beragam, banyak perusahaan dalam mengkomunikasikan *brand*nya dengan strategi-strategi jitu sehingga dapat memenangkan persaingan bisnis yang berkesinambungan. Pabrik Kata-Kata Joger Bali merupakan sebuah *brand* yang unik dan terkenal di kalangan masyarakat terlebih wisatawan lokal maupun asing sehingga mereka dapat menilai *brand* Joger Bali memiliki khas tersendiri dari *brand* lain yang ada dan memiliki pancaran keistimewahan ketika mengenakannya.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mendiskripsikan dan mengetahui strategi yang terjadi dalam membangun *brand* kharismatik pada Pabrik Kata-Kata Joger Bali.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pabrik Kata-Kata Joger Bali tidak menerapkan strategi yang ada berdasarkan teori-teori yang terkemuka, namun dengan sikap BAJU2RA6BER yakni Baik, Jujur, Ramah, Rajin, Bertanggungjawab, Berimajinasi, Berinisiatif, Berani, Bersyukur dan Bermanfaat. Sikap tersebut di terapkan oleh Joger Bali dengan konsisten dan konsekuen berdasarkan inovasi dan kreatifitas yang fundamental sehingga dapat mencapai *brand* yang sukses.

ABSTRACT

Yusuf, Ahmad Ali. 2013. Thesis. Title: "Strategy to Charismatic Brand Building (Studies in Words Factory JOGER Bali)". Department of Management Faculty of Economics Islamic State University Maulana Malik Ibrahim of Malang.

Lecturer : H. Slamet, SE., MM., Ph. D.

Keyword : Strategy, Brand Charismatic

In line with the rapid business growth and diverse, many companies in communicating its brand with a surefire strategies that can win the competition sustainable business. Words Factory Joger Bali is a unique brand and popular among the people especially local and foreign tourists so that they can assess brand Joger Bali has unique from other existing brand and has radiance keistimewahan when wearing it.

This research is a qualitative descriptive study aimed to describe and determine strategies that occur in charismatic brand building on Words Factory Joger Bali.

The results showed that Words Factory Joger Bali does not implement existing strategies based on leading theories, but with the attitude BAJU2RA6BER Good, Honest, Friendly, Diligent, Responsible, Imagining, Initiative, Brave, grateful and Helpful. The attitude applied by Joger Bali with consistent and consequent based on innovation and creativity are fundamental in order to achieve a successful brand.

مستخلص البحث

يوسف، احمد علي. عام 2013. البحث. العنوان: " استراتيجيات بناء العلامة التجارية التي الجذابه (دراسات في مصنع الكلمات JOGER في بالي) ". قسم إدارة كلية الاقتصاد الجامعة الحكيمية الإسلامية مولانا مالك ابراهيم ، مالانج.

المشرف : سلامت الماجستير الحج

الكلمة الرئيسية : استراتيجية، العلامة التجارية الجذابه

وتمشيا مع تطوير الأعمال السريعة والمتنوعة، العديد من الشركات في التواصل علامتها التجارية مع استراتيجيات مؤكدة النجاح التي يمكن أن يفوز الأعمال التجارية المستدامة المنافسة. مصنع الكلمات Joger بالي هي العلامة التجارية الفريدة وشعبية بين الناس خصوصا المحليين والسياح الأجانب حتى يتمكنوا من تقييم العلامة التجارية Joger بالي فريدة من نوعها من علامة تجارية أخرى موجودة ولها توهج مميزة عند ارتدائه.

هذا البحث هو دراسة وصفية نوعية تهدف لوصف وتحديد الاستراتيجيات التي تحدث في بناء العلامة التجارية الكاريزمية على Joger مصنع الكلمات بالي.

وأظهرت النتائج أن Joger مصنع الكلمات بالي لا يطبق الاستراتيجيات القائمة على أساس النظريات الرائدة، ولكن مع الموقف BAJU2RA6BER هو جيدة، صادقة، ودية، والمثابرة، الرشيد، فلنتخيل، والمبادرة، شجاع، ممتنا ومفيدة. موقف تطبيقها Joger بالي مع متسقة ويرتكز دائما على الابتكار والإبداع هي أساسية من أجل تحقيق العلامة التجارية الناجحة.