



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN PADA PERUSAHAAN ROKOK GAGAK HITAM  
BONDOWOSO**

*(Marketing Communication Strategies Concerning To Increasing of Sales of  
Cigarette Gagak Hitam Bondowoso)*

**SKRIPSI**

Oleh

Miftahul Zannah

NIM 090910202048

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2013**



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN PADA PERUSAHAAN ROKOK GAGAK HITAM  
BONDOWOSO**

*(Marketing Communication Strategies Concerning To Increasing of Sales of  
Cigarette Gagak Hitam Bondowoso)*

**SKRIPSI**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis (S1) dan mencapai gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh

Miftahul Zannah

NIM 090910202048

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER**

## **PERSEMBAHAN**

Dengan setulus hati dan penuh kebanggaan serta kebahagiaan kupersembahkan karya ini sebagai ungkapan terima kasihku kepada :

1. Ibundaku tercinta Siti Imroati, yang telah memberikan kasih sayang tulus dan doa di setiap langkahku, memberikan bimbingan, perlindungan dan semangat pantang menyerah dalam menjalani hidup ini demi keberhasilanku.
2. Kakakku Muhammad Mustaqim Fathoni, Masniar Ismiati, Muhammad Syaiful Karim serta adikku Al Makki Ayatullah Khawarizmi Al Fathoni, yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan dan doa agar segera bisa menyelesaikan skripsi ini.
3. Ayahanda, yang telah memberikan pelajaran hidup yang sangat berharga agar bisa bertahan untuk menjalani hidup ini.
4. Guru-guruku mulai dari taman kanak-kanak hingga perguruan tinggi, terimakasih atas semua ilmu yang telah diberikan kepadaku.
5. Almamater tercinta Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember yang kubanggakan.

## **MOTTO**

Bila ingin sukses mencapai apapun yang kita inginkan, tidak ada yang lebih penting daripada tekad dan kegigihan yang disertai keyakinan dan semangat kita. (C. Alvin Coolidge)\*

---

\*<http://www.suksestotal.com/kata-mutiara-pr>

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Miftahul Zannah

NIM : 090910202048

Menyatakan dengan sungguh-sungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso” adalah benar-benar hasil karya sendiri kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 02 Oktober 2013

Yang Menyatakan,

Miftahul Zannah

0909100202048

**SKRIPSI**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN PADA PERUSAHAAN ROKOK GAGAK HITAM  
BONDOWOSO**

Oleh

Miftahul Zannah

NIM 090910202048

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Poerwanto, MA

Dosen Pembimbing Anggota : Drs, Totok Supriyanto, M.Si

**PENGESAHAN**

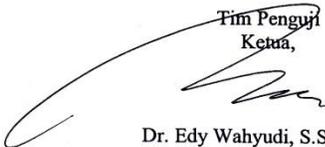
Skripsi berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso” telah diuji dan disahkan pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 16 Oktober 2013

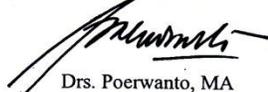
Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji  
Ketua,



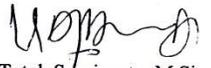
Dr. Edy Wahyudi, S.Sos, MM  
NIP. 19750825 200212 1002

Pembimbing Utama



Drs. Poerwanto, MA  
NIP. 19490715 198403 1 002

Pembimbing Anggota



Drs. Totok Supriyanto, M.Si  
NIP. 19501004 197702 1 001

Anggota I



Drs. Didik Eko Julianto, M.AB  
NIP. 19610722 197702 1 001

Anggota II



Yuslinda Dwi Handini, S.Sos, M.AB  
NIP. 19790919 200812 2 001

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA  
NIP. 19520727 198103 1 003

## RINGKASAN

**Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso;** Miftahul Zannah; 090910202048; 94 halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Komunikasi pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan oleh perusahaan dalam mencapai laba yang diinginkan demi kelangsungan hidup perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang akan digunakan oleh Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso. Komunikasi pemasaran sangat berperan aktif dalam membujuk dan mengingatkan konsumen atas produk yang telah diciptakan oleh perusahaan dimana komunikasi pemasaran sangat berpengaruh untuk mempengaruhi perilaku konsumen agar mau membeli dan mengkonsumsi produk yang telah diciptakan oleh perusahaan.

Lokasi penelitian ini berada di di Jl. Raya Bondowoso Jember KM. 7 No. 16 Desa Pakuniran RT. 07 RW.04, Kecamatan Maesan Kabupaten Bondowoso, Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode pengambilan data dalam penelitian ini melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi sedangkan analisis data menggunakan teknis analisis domain dan taksonomi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pelaksanaannya perusahaan menggunakan bauran komunikasi pemasaran yang meliputi periklanan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, penjualan personal, pemasaran langsung dan hubungan masyarakat. Kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan melalui penjualan personal dianggap kurang berhasil dalam komunikasi pemasaran dikarenakan dalam kegiatannya penjualan personal

menghadapi berbagai kendala yang berasal dari pemasar itu sendiri yang mengakibatkan kurang maksimalnya penjualan.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan di lapangan, maka dapat disimpulkan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso berjalan kurang efektif karena dalam pelaksanaannya penjualan tidak mengalami peningkatan. Hal tersebut di karenakan atas beberapa kendala yang di hadapi oleh perusahaan.

## **RAKATA**

Puji syukur penulis ucapkan kepada ALLAH SWT, atas segala rahmat dan ijinnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso”.Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa karya tulis ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan, dukungan dan petunjuk dari berbagai pihak.Oleh karena itu tidak ada kata yang layak untuk menghargai selain ucapan terima kasih sebesar-besarnya untuk semua pihak yang terkait dalam penulisan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
2. Dr. Sasongko, M.Si selaku Kepala Jurusan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
3. Drs. Suhartono, MP selaku Kepala Prodi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
4. Drs. Poerwanto, MA selaku dosen pembimbing 1 serta sebagai dosen pembimbing akademik yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatian dengan sabar guna memberikan bimbingan dan pengarahan selama menjadi mahasiswa aktif dan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
5. Drs. Totok Supriyanto, M,Si selaku dosen pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatian dengan sabar guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

7. Bpk. Nawar H. Wasil selaku dirut Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso.
8. H. Saiful Risal selaku *Sales Manager* dan seluruh karyawan Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso yang telah memberikan izin serta informasi dan data-data yang dibutuhkan guna kelengkapan penyusunan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabatku Nike, Rosi, Rina, Ila, Wulan, Windy dan teman-teman KKN Desa Sidomekar Semboro yang telah memberikan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini. Dengan adanya kalian hidupku menjadi lebih berwarna dan kalian selalu ada saat dibutuhkan.
10. Teman-teman ADBIS 2009 terima kasih atas semangat, serta bantuannya untuk penyusunan skripsi ini.
11. Segenap keluarga besar MPA. Mapalus. Khususnya angkatan 26 Terima kasih atas segalanya yang telah diberikan, pengalaman, pelajaran hidup yang tak ternilai, petualangan yang tidak mungkin dilupakan.
12. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini dan tidak dapat disebutkan satu per satu.

Karya ilmiah ini jauh dari kata sempurna, demi kesempurnaan skripsi ini peneliti menagharap adanya kritik dan saran yang membangun. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkannya.

Jember, 02 Oktober 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	iii
<b>MOTTO</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PEMBIMBING</b> .....	vi
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	vii
<b>HALAMAN RINGKASAN</b> .....	viii
<b>PRAKATA</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	7
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	7
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	8
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
<b>2.1 Pemasaran</b> .....	9
<b>2.2 Produk</b> .....	10
<b>2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran</b> .....	11
2.3.1 Strategi Pemasaran .....	11
2.3.2 Komunikasi Pemasaran.....	12

2.3.3 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	14
2.3.4 Bauran Komunikasi Pemasaran .....	18
2.3.5 Strategi Segmentasi Pasar .....	29
2.3.6 Anggaran Komunikasi Pemasaran .....	29
2.3.7 Model Komunikasi Pemasaran .....	30
<b>2.4 Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso .....</b>	<b>34</b>
<b>2.5 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>35</b>
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>
<b>3.1 Tipe dan Paradigma Penelitian.....</b>	<b>36</b>
<b>3.2 Tahap Persiapan.....</b>	<b>38</b>
<b>3.3 Tahap Pengumpulan Data .....</b>	<b>40</b>
<b>3.4 Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data .....</b>	<b>41</b>
<b>3.5 Tahap Analisis Data.....</b>	<b>43</b>
<b>3.6 Tahap Penarikan Kesimpulan .....</b>	<b>46</b>
<b>BAB 4. PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
<b>4.1 Hasil Penelitian.....</b>	<b>47</b>
4.1.1 Sejarah Perusahaan .....	45
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	48
4.1.3 Struktur Organisasi .....	48
4.1.4 Ketentuan Jam Kerja Karyawan .....	55
4.1.5 Sistem Upah dan Gaji .....	56
<b>4.2 Pembahasan.....</b>	<b>56</b>
4.2.1 Area Pemasaran .....	56
4.2.2 Target Pemasaran.....	56
4.2.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran .....	57

4.2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran Perusahaan Rokok GagakHitam Bondowoso.....	57
4.2.5 Media yang digunakan dalam Komunikasi Pemasaran ..	63
4.2.6 Anggaran Komunikasi Pemasaran Perusahaan Rokok GagakHitam Bondowoso.....	63
<b>4.3 Implementasi Komunikasi Pemasaran .....</b>	<b>67</b>
4.3.1 Periklanan .....	67
4.3.2 Promosi Penjualan .....	70
4.3.3 Acara dan Pengalaman.....	71
4.3.4 Pemasaran Langsung .....	71
4.3.5 Penjualan Personal .....	71
4.3.6 Hubungan Masyarakat .....	72
<b>4.4 Interpretasi .....</b>	<b>83</b>
<b>BAB 5. PENUTUP .....</b>	<b>93</b>
5.1 Kesimpulan .....	93
5.2 Saran.....	94
<b>DAFTAR BACAAN</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>A. PEDOMAN WAWANCARA .....</b>	<b>97</b>
<b>B. DAFTAR HASIL WAWANCARA.....</b>	<b>98</b>
<b>C. DOKUMENTASI.....</b>	<b>105</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Daftar Perusahaan Rokok di Kabupaten Bondowoso.....	3
1.2 Daftar Produk Rokok Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso.....	7
2.1 Profil Kategori Media Utama.....	20
2.2 Perbedaan Promosi Penjualan dengan Periklanan .....	22
2.3 Jenis Ijin Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso.....	34
3.1 Analisis Domain Strategi Komunikasi Pemasaran pada Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso .....	44
3.2 Analisis Taksonomi Strategi Komunikasi Pemasaran pada Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso.....	45
4.1 Sistem Upah dan Gaji Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso .....	56
4.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso.....	59
4.3 Anggaran Biaya Komunikasi Pemasaran Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso .....	65
4.4 Jumlah Penjualan Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso.....	77
4.5 Rencana Komunikasi Pemasaran, Implementasi Komunikasi Pemasaran, Kendala yang dihadapi oleh Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso	89

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Struktur Penyusunan Strategi dan Taktik Komunikasi Pemasaran.....	17
2.2 Elemen-elemen dalam Komunikasi .....	31
2.3 Model Dasar Komunikasi .....	32
2.4 Model Komunikasi Pemasaran .....	33
4.3 Model Elemen-elemen Komunikasi Pemasaran pada Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso .....	79

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran	Halaman
A. PEDOMAN WAWANCARA.....	97
B. DAFTAR HASIL WAWANCARA.....	98
C. DOKUMENTASI.....	105