

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM  
MENINGKATKAN PENJUALAN BAHAN BAKAR  
POM BENSIN BP AKR FUELS RETAIL KARAWANG  
SAAT PANDEMI COVID-19**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Silva Amalia**

**201710415255**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2021**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi :Strategi Komunikasi Pemasaran dalam meningkatkan Penjualan Bahan Bakar Pom Bensin BP AKR Fuels Retail Karawang Saat Pandemi Covid-19

Nama Mahasiswa :Silva Amalia

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710415255

Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 01 Juli 2021

Jakarta, 14 Juli 2021

MENYETUJUI,

Pembimbing I



Dr. Dwinarko, Drs.,M.M., M.H

NIDN. 0312026604

Pembimbing II



Tri Alida Aprlliana,S.I.P,M.I.Kom

NIDN.0322048204

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran dalam meningkatkan penjualan bahan bakar Pom Bensin BP AKR Fuels Retail Karawang saat Pandemi Covid-19.

Nama Mahasiswa : Silva Amalia

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710415255

Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 01 Juli 2021

Jakarta, 14 Juli 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom .....

NIDN 0323127802

Penguji I : Dr. Dwinarko, Drs., M.M., M.H

NIDN 0312026604

Penguji II : Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom .....

NIDN 0302069106

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

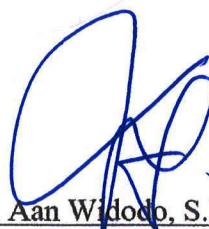


Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom, M.I.Kom

NIP 1904409

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom

NIP 1504222

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Strategi Komunikasi Pemasaran dalam meningkatkan penjualan Bahan Bakar Pom Bensin BP AKR Fuels Retail Karawang saat Pandemi Covid-19** ini adalah benar benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak ada materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulis karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan Skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan Skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 14 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Silva Amalia

201710415255

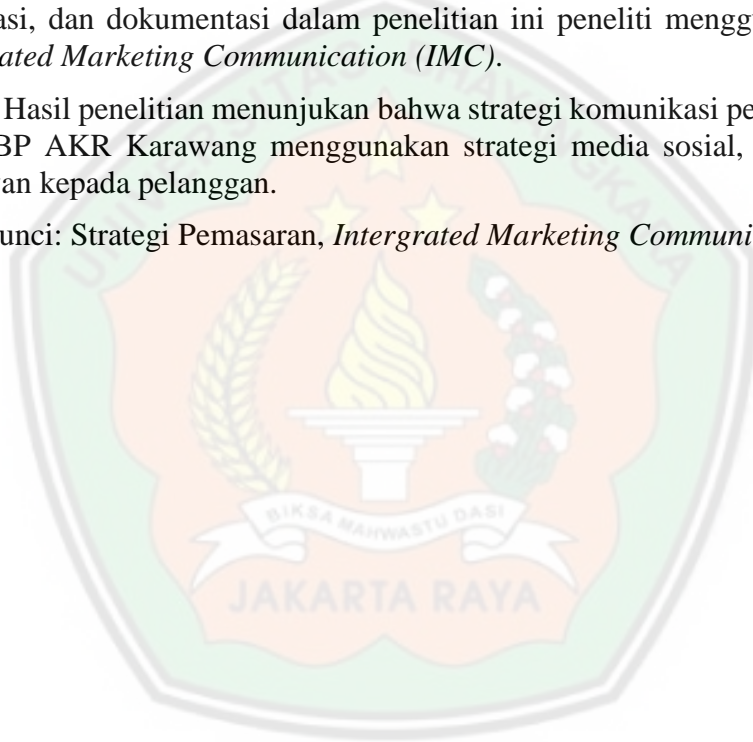
## ABSTRAK

**Silva Amalia. 201710415255.** Strategi Komunikasi Pemasaran dalam meningkatkan penjualan bahan bakar Pom Bensin BP AKR Fuels Retail Karawang saat Pandemi Covid-19.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemasaran yang dipakai oleh perusahaan bahan bakar BP AKR Fuels Retail dalam meningkatkan penjualannya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif pengumpulan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Ada lima responden dalam penelitian ini adalah responden dua Karyawan BP AKR Karawang dan tiga Konsumen dari BP AKR Karawang dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi dalam penelitian ini peneliti menggunakan konsep *Intergrated Marketing Communication (IMC)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran bahan bakar BP AKR Karawang menggunakan strategi media sosial, dan pelayanan karyawan kepada pelanggan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, *Intergrated Marketing Communication (IMC)*



## ***ABSTRACT***

***Silva Amalia. 201710415255. Marketing Communication Strategy in increasing sales of BP AKR Fuels Retail Karawang petrol stations during the Covid-19 Pandemic.***

*This study aims to determine the marketing used by the fuel company BP AKR Fuels Retail in increasing its sales. This study uses a qualitative research method of sample collection used is a purposive sampling technique. Respondents in this study were 5 of the five respondents 2 employees of BP AKR Karawang and 3 consumers of BP AKR Karawang using interview, observation, and documentation techniques in this study the researchers used the concept of Integrated Marketing Communication (IMC).*

*The results show that BP AKR Karawang's fuel marketing communication strategy uses social media strategies, and employee service to customers.*

*Keywords: Marketing Strategy, Integrated Marketing Communication (IMC)*



## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT yang memberikan kasih dan rahmatnya serta karunia-nya yang sudah memberikan kepada penulis sehingga dapat bisa menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyelesaian skripsi ini tentu banyak pihak yang sudah mendukung dan memberi bantuan serta memberikan semangat yang tiada henti, salah satunya datang dari keluarga penulis, serta Ibu Iseu Sri Susanti dan Ayah Asep Supriyadi dan adik penulis, Silvi Imannia, M Fatah, Rahmah Irba dan M.Pandu. penulis sadar bahwa semangat dalam menyelesaikan sesuatu itu perlu dijaga dan dipelihara agar tidak padam. Dan pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol, (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom. M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Dr. Dwinarko, Drs., MM, MH selaku pembimbing I yang sudah banyak membantu dan memberi saran serta semangat dari awal proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Dan Ibu Tri Alida Apriliana, S.I.P ,M.I.Kom sebagai pembimbing II dalam skripsi ini penulis, terimakasih banyak yang tak-terhingga kepada beliau yang sudah membimbing saya dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Seluruh dosen-dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh rekan kerja Akademika yang telah mengajarkan banyak hal dan memberi masukan selama penelitian.

8. Teman-teman kelompok gibah yaitu Ciwi Squad (Anggi Trimanda, Amelia Putri, Niken Dwiningtyas dan Ryfqoh Syafaqoh) yang sudah memperindah masa-masa akhir kuliah penulis.
9. Untuk yang selalu saya repotkan saat proses pengerjaan penelitian ini, Silvi Imannia dan Dian Shadika terimakasih banyak untuk motivasinya.
10. Untuk teman Penunggu Jodoh, (Yesi Fadilah, Febiyanti, Utari, dan Nina Karmila) yang sudah memberikan saran serta semangat kepada penulis sehingga penelitian ini selesai.
11. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan laporan ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan penelitian. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik serta saran dari seluruh pihak untuk menyempurnakan penulisan ini. Semoga tulisan ini sangat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya terutama bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 14 Juli 2021

Penulis



Silva Amalia



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	4
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	5
1.5 Kegunaan Penelitian Praktis dan Teoritis.....	5
1.5.1 Kegunaan Akademis .....	5
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	5
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Kajian Hasil Peneliti Terdahulu .....	7
2.2 Pengertian Strategi .....	12

2.3 Pengertian Pemasaran.....	12
2.4 Pengertian Strategi Pemasaran .....	12
2.4.1 Tahap Kemapanan .....	14
2.4.2 Strategi Pemasaran pada tahap Mapan .....	15
2.5 Bauran Pemasaran (Marketing Mix) .....	16
2.5.1 Iklan atau Avertensi.....	16
2.5.2 Promosi Penjualan (Sales Promotion).....	16
2.5.3 Publikasi (Publication).....	17
2.5.4 <i>Personal Selling</i> .....	17
2.5.5 Partisipan (people).....	17
2.5.6 Proses ( <i>process</i> ).....	17
2.5.7 Lingkungan Fisik.....	18
2.6 Modifikasi Bauran Pemasaran.....	18
2.7 Pengertian Komunikasi .....	19
2.8 Tujuan Komunikasi .....	20
2.9 Hambatan- Hambatan Komunikasi .....	20
2.10 Pengertian Komunikasi Pemasaran .....	23
2.11 Pengertian Strategi Komunikasi Pemasaran.....	24
2.12 Strategi Komunikasi Penjualan .....	25
2.12.1 Meningkatkan Penjualan .....	25
2.12.2 Perbedaan Penjualan dan Pemasaran.....	26
2.13 Pegertian Penjualan .....	27
2.14 Tujuan Penjualan .....	27
2.15 <i>Intergrated Marketing Communication (IMC)</i> .....	28
2.16 Media Sosial .....	29

2.17 <i>Instagram</i> .....	30
2.18 Kerangka Pemikiran .....	32
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	35
3.2 Metode Penelitian .....	36
3.3 Informan Dan Informan Kunci .....	36
3.4 Teknik Purposive Sampling .....	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.5.1 Teknik Wawancara .....	38
3.5.2 Teknik Observasi .....	40
3.5.3 Teknik Dokumentasi .....	41
3.6 Teknik Keabsahan Data .....	42
3.6.1 Teknik Analisis Data .....	42
3.7 Waktu dan Tempat penelitian.....	43
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan BP AKR Fuels Retail.....	45
4.1.1 Terbentuknya Perusahaan BP AKR Fuels Retail.....	45
4.1.2 Struktur Organisasi spbu BP AKR Fuels Retail Karawang .....	47
4.1.3 Awal Berdirinya SPBU BP AKR Fuels Retail Karawang .....	48
4.2 Deskripsi Informan dan Informan Kunci Penelitian.....	51
4.2.1 Informan Kunci Penelitian .....	51
4.2.2 Informan Penelitian .....	51
4.3 Hasil Penelitian Strategi Komunikasi Pemasaran Perusahaan SPBU BP AKR Fuels Retail Karawang .....	54
4.4 Media Sosial <i>Instagram</i> BP AKR .....	63

4.5 <i>Instegrated Marketing Communication (IMC)</i> .....	65
4.5.1 Faktor Produk .....	69
4.5.2 Faktor Pasar .....	72
4.5.3 Faktor Pelanggan .....	80
4.5.4 Faktor Anggaran .....	86
<b>BAB 5 PENUTUP</b> .....	<b>90</b>
5.1 Kesimpulan .....	90
5.2 Saran .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 4.1 Logo Perusahaan BP AKR .....	46
Gambar 4.3 Data S.O.P BP AKR Karawang .....	54
Gambar 4.3 Alfamart di Spbu BP AKR Karawang .....	55
Gambar 4.3 <i>Screenshoot</i> unggahan <i>caption</i> BP AKR .....	56
Gambar 4.4 <i>Instagram</i> BP AKR Fuels Retail .....	63
Gambar 4.4 Promo BP AKR Fuels Retail.....	64
Gambar 4.4 Hadiah berupa <i>Tumbler</i> .....	65
Gambar 4.5 promosi Stampel BP AKR Karawang.....	67
Gambar 4.5 Hadiah penukaran <i>Stam</i> .....	67
Gambar 4.5 Data Penjualan Tahun 2019 sebelum Pandemi Covid-19.....	68
Gambar 4.5 Data Penjualan Tahun 2020 setelah Pandemi Covid-19 .....	68
Gambar 4.5.1 Produk BP AKR Karawang.....	70
Gambar 4.5.1 Wawancara peneliti Informan 1 Bapak Muhlisin .....	70
Gambar 4.5.1 Promosi Voucher.....	71
Gambar 4.5.2 Spanduk BP AKR Fuels Retail .....	73
Gambar 4.5.2 Spanduk berbentuk stiker .....	73
Gambar 4.5.2 Brosur BP AKR Fuels Retail .....	73
Gambar 4.5.2 Wawancara Informan 2 Bapak Dian Apriansah.....	74
Gambar 4.5.2 <i>QnA followers Instagram</i> BP AKR.....	75

Gambar 4.5.2 wawancara informan 3 Ibu Ria Imelda Putri .....	75
Gambar 4.5.2 wawancara informan 4 Bapak Toto Sugiarto .....	76
Gambar 4.5.2 wawancara informan 5 Ibu Siti Aisyah .....	76
Gambar 4.2 Promosi jaket BP AKR .....	77
Gambar 4.5.2 Promo <i>Cashback</i> Ovo .....	77
Gambar 4.5.2 Promo <i>Cashback</i> Octo Mobile .....	78
Gambar 4.5.3 Prosedur Penjadwalan pengiriman <i>BBM</i> .....	81
Gambar 4.5.3 Wawancara penelitian Informan ke 3 .....	82
Gambar 4.5.3 Wawancara penelitian Informan ke 4 .....	83
Gambar 4.5.3 Wawancara penelitian Informan ke 5 .....	84
Gambar 4.5.3 Pelayanan Karyawan kepada Pelanggan roda empat .....	85
Gambar 4.5.3 Pelayanan Karyawan kepada Pelanggan roda dua .....	85
Gambar 4.5.4 Anggaran perbulan BP AKR Karawang .....	87

## DAFTAR TABLE

Halaman

Table 1.1 Data Penjualan BP AKR sebelum Pandemi 2019.....	1
Table 1.2 Data Penjualan BP AKR setelah Pandemi 2020.....	1
Table 1.3 Data Penjualan ecer Pertamina sebelum Pandemi 2019 .....	1
Table 1.4 Data Penjualan ecer Pertamina setelah Pandemi 2020 .....	2
Table 2.1 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu .....	7
Table 4.1 Lokasi Cabang Spbu BP AKR.....	50
Table 4.2 Informan Penelitian .....	52
Table 6.1 Lampiran wawancara Informan ke-1 .....	99
Table 6.2 Lampiran wawancara Informan ke-2 .....	110
Table 6.3 Lampiran wawancara Informan ke-3 .....	116
Table 6.4 Lampiran wawancara Informan ke-4 .....	118
Table 6.5 Lampiran wawancara Informan ke-5 .....	120

## DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.18 Kerangka Pemikiran.....	32
Bagan 4.1 Struktur Organisasi BP AKR Karawang.....	47





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Biodata Mahasiswa

Lampiran Wawancara Informan ke-1

Lampiran Wawancara Informan ke-2

Lampiran Wawancara Informan ke-3

Lampiran Wawancara Informan ke-4

Lampiran Wawancara Informan ke-5

Lampiran Dokumentasi Informan ke-1

Lampiran Dokumentasi Informan ke-2

Lampiran Dokumentasi Informan ke-3

Lampiran Dokumentasi Informan ke-4

Lampiran Dokumentasi Informan ke-5

Lampiran Dokumentasi SPBU BP AKR Karawang

Lampiran Dokumentasi Informan ke-1 dan ke-2

Lampiran Kartu bimbingan ke-1

Lampiran Kartu bimbingan ke-2

Lampiran Surat penerimaan Instansi SPBU BP AKR Karawang