

**KOMUNIKASI PEMASARAN PT. SINERGI PANGAN  
GEMILANG (MAKARONI NGEHE) DALAM  
PENJUALAN PRODUK MAKANAN**

**Skripsi**

**Oleh:  
Mohammed Dias El Santana  
201910415256**



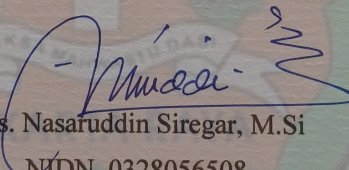
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran PT. Sinergi Pangan  
Gemilang (Makaroni Ngehe) Dalam Penjualan  
Produk Makanan  
Nama Mahasiswa : Mohammed Dias El Santana  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415256  
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi  
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2023

Jakarta, 28 Juli 2023

MENYETUJUI,  
Pembimbing



Drs. Nasaruddin Siregar, M.Si

NIDN. 0328056508

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran PT. Sinergi Pangan  
Gemilang (Makaroni Ngehe) Dalam Penjualan  
Produk Makanan  
Nama Mahasiswa : Mohammed Dias El Santana  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415256  
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi  
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2023

Jakarta, 28 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dra. Hamida Syari Harahap, M.Si .....

NIDN. 0311046803

Penguji : Drs. Nasaruddin Siregar, M.Si .....

NIDN. 0328056508

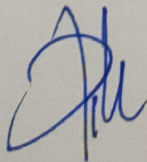
Sekretaris Penguji : Pagi Muhamad, S.I.Kom., M.I.Kom .....

NIDN. 0310038403

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

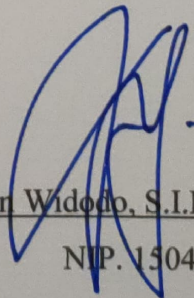


Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si

NIP. 2109527

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 **Komunikasi Pemasaran PT. Sinergi Pangan Gemilang (Makaroni Ngehe) Dalam Penjualan Produk Makanan** ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian 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 digunakan 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, 28 Juli 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Mohammed Dias El Santana

201910415256

## ABSTRAK

**Mohammed Dias El Santana, 201910415256.** Komunikasi Pemasaran PT. Sinergi Pangan Gemilang (Makaroni Ngehe) Dalam Penjualan Produk Makanan.

Penelitian ini komunikasi pemasaran yang dilakukan PT. Sinergi Pangan Gemilang (Makaroni Ngehe) dalam penjualan produk makanan khususnya makaroni dan memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui komunikasi pemasaran yang dilakukan PT. Sinergi Pangan Gemilang (Makaroni Ngehe) dalam penjualan produk makaroni. Metode yang dipergunakan adalah metode deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif. Hasilnya menunjukkan komunikasi pemasaran yang dilakukan PT. Sinergi Pangan Gemilang (Makaroni Ngehe) menggunakan dua cara, yaitu offline dan online. Selain itu, PT. Sinergi Pangan Gemilang (Makaroni Ngehe) juga menggunakan konsep 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*) dalam penjualan produk makanannya. *Product* dengan kualitas dan standar yang sudah ditetapkan serta mempunyai sertifikat halal MUI. *Price* terjaga saat harga bahan baku meningkat, agar terjangkau oleh para konsumen. *Place* yaitu outlet-outlet yang dimiliki Makaroni Ngehe dalam melakukan penjualan setiap harinya. *Promotion* saat ini rutin dilakukan setiap hari Senin dan Jumat, serta ada promo lainnya. *People* dengan memanfaatkan kru yang berjumlah 235 orang di seluruh outlet. *Process* di Makaroni Ngehe yang terjaga kualitas produk yang dimiliki dengan prosedur yang ada dari proses bahan mentah hingga sampai ke tangan konsumen. Bukti fisik (*physical evidence*) di Makaroni Ngehe saat ini adanya outlet yang berjumlah 36 outlet di seluruh Indonesia dengan media informasi yang terdapat di outlet, dan juga kemasan produk yang dimiliki.

Kata Kunci : Makaroni, Makaroni Ngehe, Komunikasi Pemasaran

## ABSTRACT

**Mohammed Dias El Santana, 201910415256.** *Marketing Communication PT. Sinergi Pangan Gemilang (Makaroni Ngehe) in Sales of Food Products.*

*This research is marketing communications conducted by PT. Sinergi Pangan Gemilang (Makaroni Ngehe) in the sale of food products, especially macaroni and has a goal, namely to find out the marketing communications carried out by PT. Sinergi Pangan Gemilang (Makaroni Ngehe) in selling macaroni products. The method used is descriptive method with a qualitative research type. The results show that the marketing communications carried out by PT. Sinergi Pangan Gemilang (Makaroni Ngehe) uses two ways, namely offline and online. In addition, PT. Sinergi Pangan Gemilang (Makaroni Ngehe) also uses the 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) concept in selling its food products. Products with predetermined quality and standards and have MUI halal certificates. Prices are maintained when raw material prices increase, so that consumers can afford it. Place, namely outlets owned by Makaroni Ngehe in making sales every day. Promotions are currently routinely carried out every Monday and Friday, as well as other promos. People by utilizing a crew of 235 people across all outlets. The process at Makaroni Ngehe maintains the quality of the products that are owned by the existing procedures from the processing of raw materials to the hands of consumers. Physical evidence at Makaroni Ngehe currently has 36 outlets throughout Indonesia with media information available at the outlets, as well as the product packaging they have.*

*Keywords: Marketing Communication, Makaroni, Makaroni Ngehe*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan rasa syukur yang tiada henti atas segala rezeki, nikmat sehat jasmani dan rohani penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-nya. Shalawat serta salam yang senantiasa diucapkan kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul “Komunikasi Pemasaran PT. Sinergi Pangan Gemilang (Makaroni Ngehe) Dalam Penjualan Produk Makanan”.

Penyusunan penelitian skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan do'a, bimbingan serta saran dari berbagai pihak. Terutama rasa terimakasih penulis kepada kedua orang tua yang selalu memberikan do'a, kasih serta dukungan tanpa henti baik dari segi moril maupun materil sehingga penulis mampu dalam melanjutkan pendidikan dan menyelesaikan penyusunan penelitian skripsi. Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan dengan tulus rasa terimakasih kepada:

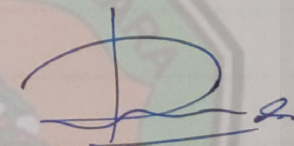
1. Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM, sebagai Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom, sebagai Dekan Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si, sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dian Sukmawati, M.I.Kom, sebagai Dosen Pembimbing Akademik.
5. Drs. Nasaruddin Siregar, M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah membantu penulis sekaligus memberikan semangat dan motivasi dalam penyusunan penelitian ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang bermanfaat.
7. PT. Sinergi Pangan Gemilang (Makaroni Ngehe) yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian di perusahaan tersebut.

8. Teman-Teman penulis yang telah membantu dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.

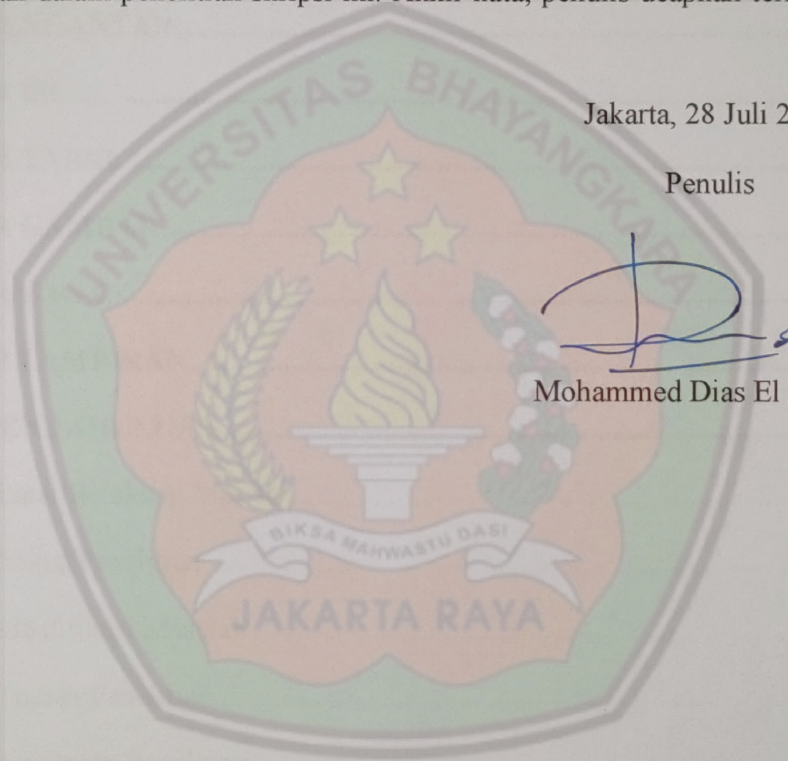
Untuk pihak-pihak yang penulis sebutkan, hanya do'a tulus yang dapat penulis panjatkan kepada Allah SWT, semoga Allah SWT memberikan balasan yang melimpah. Dalam penyusunan penelitian skripsi ini penulis menyadari adanya kekurangan dan jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan dari penulis. Untuk itu, penulis berharap dengan adanya saran dan kritik yang membangun dapat membantu penulis memperbaiki kesalahan dan kekurangan dalam penelitian skripsi ini. Akhir kata, penulis ucapkan terimakasih banyak.

Jakarta, 28 Juli 2023

Penulis



Mohammed Dias El Santana





## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	5
1.3 Identifikasi Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Kegunaan Penelitian.....	6
1.5.1 Kegunaan Teoretis .....	6
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Kerangka Konsep .....	10
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	10
2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	13

2.2.3 Produk Makanan .....	14
2.2.4 Bauran Pemasaran.....	15
2.3 Kerangka Pemikiran .....	17
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	19
3.2 Metode Penelitian.....	19
3.3 Subjek dan Objek Penelitian .....	20
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	21
3.4.1 Wawancara.....	21
3.4.2 Observasi .....	22
3.4.3 Dokumentasi .....	23
3.5 Teknik Analisis Data .....	23
3.5.1 Reduksi Data.....	23
3.5.2 Penyajian Data .....	24
3.5.3 Kesimpulan Hasil Penelitian.....	24
3.6 Keabsahan Data .....	24
3.6.1 Triangulasi Metode .....	25
3.6.2 Triangulasi Sumber Data .....	25
3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>27</b>
4.1. Deskripsi Objek Penelitian .....	27
4.1.1 Profil Perusahaan .....	27
4.1.2 Profil Informan.....	31
4.2 Hasil Penelitian.....	32
4.3 Pembahasan .....	38
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>44</b>

5.1	Kesimpulan.....	44
5.2	Saran.....	45

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Makaroni.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
Tabel 3.1 Data Informan Penelitian .....	20
Tabel 3.2 Kegiatan Penelitian .....	26



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Makaroni Ngehe .....	29
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Makaroni Ngehe.....	31



## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran..... 17



## DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN I : Biodata Mahasiswa
- LAMPIRAN II : Surat Izin Penelitian
- LAMPIRAN III : Pedoman Wawancara, Transkrip Wawancara, dan  
Tabel Reduksi Data
- LAMPIRAN IV : Dokumentasi Penelitian
- LAMPIRAN V : Kartu Bimbingan Skripsi
- LAMPIRAN VI : Form Perbaikan

