

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
PT ELKEN INTERNATIONAL INDONESIA
DALAM MEMASARKAN ELKEN BIO PURE RO
DI YOGYAKARTA**

***MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF
PT ELKEN INTERNATIONAL INDONESIA
IN MARKETING ELKEN BIO PURE RO
IN YOGYAKARTA***

SKRIPSI

**Diajukan untuk Menempuh sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana S-1**



Disusun oleh :

Ghozan Pitra Wisashina

20050530213

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada :

Hari : Senin
Tanggal : 5 Mei 2008
Tempat : Ruang Hibah Jurusan Ilmu Komunikasi,
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta


SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua,


Tri Hastuti Nur R., S.Sos., M.Si.

Penguji I,

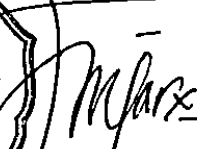
Penguji II,


Muria Indah, S.Sos., M.Si.


Aswad Ishak, S.IP.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
Persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana S-1
Tanggal : Mei 2008




Gajar Iqbal, S.Sos., M.Si.

Jurusan Ilmu Komunikasi

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Skripsi ini penulis persembahkan untuk:
Papa dan Mama, dua orang
yang paling berjasadalam hidupku...
Adinda tersayang Rona Raksi dan Tiwi
yang selalu memberikan motivasi...
Semua pihak yang sudah memberikan dukungan
kepadaku...*

HALAMAN MOTTO

Mulailah melakukan sesuatu perbuatan kebaikan dari hal yang terkecil, dari diri sendiri, dan dari saat ini.

(Abdullah Gymnastiar)

Bersikaplah diplomatis, itu akan membantu anda memperoleh tujuanmu.

(Dale Carnegie)

Dalam berbicara kepada orang lain, janganlah memulai dengan membahas hal-hal di mana anda berbeda. Namun mulailah dengan menekankan dan teruslah menekankan hal-hal di mana anda setuju dengannya.

(Dale Carnegie)

Seseorang yang menapak dengan lembut, akan mampu menempuh jarak yang lebih jauh.

(Dale Carnegie)

Berterima kasihlah kepada orang yang memiliki kekurangan. Dengan demikian anda akan belajar darinya untuk melakukan sesuatu dengan lebih baik lagi.

(Ghozan PWS)

Jangan terlena dengan impian di angan-angan, namun raihlah peluang di hadapan mata.

Sebagian besar orang yang gagal adalah orang terlalu berambisius mengejar impian namun mengabaikan peluang yang ada

(Ghozan PWS).

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil 'Alamien. Segala puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala nikmat, rahmat dan karunia-Nya, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang diajukan sebagai salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana S-1.

Tidak lupa penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu terwujudnya Skripsi ini, antara lain kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat hidup, kesehatan, iman, Islam dengan berkat, rahmat dan ridho-Nya.
2. Ayahanda Budiman Dabo dan Ibunda Nurmala yang selalu mendoakan, memberikan dukungan dan harapan kepada ananda.
3. Bapak Dr. H. Khoiruddin Bashori, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
5. Ibu Sovia Sitta Sari, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Ibu Tri Hastuti Nur R., S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang sudah memberikan motivasi, bantuan waktu dan ilmunya.
7. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah menyumbangkan ilmu-ilmunya.
8. PT Elken International Indonesia, terutama kepada Bapak Abram Leleury (Wakil Direktur); Bapak Darmanto, Bapak Munadi S., Bapak Lauw Rudi Hartono, Bapak Atok, Bapak Sukaryono (Distributor di Yogyakarta); Mbak Retno (*Front Officer*); dan staf Elken atas kesempatan, pengarahan dan bantuannya.
9. Bapak dan Ibu Staf Bagian Pengajaran, Bagian Akademik, Bagian Keuangan, dan karyawan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
10. Adinda Gandarsari Ronaraksi dan Giras Risti Wilara dan seluruh keluarga saya yang telah banyak memberikan do'a dan dukungannya kepada saya selama ini.
11. Budi T., Yuwono R., Iwan, Bayu AP., Arief R., Triwidodo S., Indra PB., Alif Widodo, Andhika BP., Dien I., Wiri, Icha B., Andhika, Thi, D. Li

Barii, Afri, dan Bapak Sunaryanto, serta seluruh teman-teman yang telah memberikan dukungan dan bantuannya.

12. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu di sini, yang telah memberikan bantuannya.

Akhir kata, sebagaimana layaknya manusia biasa yang memiliki banyak keterbatasan dan kekurangan, maka penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan dalam tulisan ini. Penulis mengharapkan saran dan kritik dari pembaca yang bersifat membangun bagi penulis untuk selanjutnya dapat lebih baik lagi.

Yogyakarta, Mei 2008

Penulis

ABSTRAKSI SKRIPSI

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Komunikasi
Konsentrasi *Advertising*
Ghozan Pitra Wisashina
Strategi Komunikasi Pemasaran PT Elken International Indonesia
Dalam Memasarkan Elken Bio Pure RO Di Yogyakarta
Tahun Skripsi: 2008, xi + 163 hal + 16 lampiran + 10 gambar
Daftar Kepustakaan: 22 buku + 1 sumber *online* + 11 sumber lain

Studi ini berusaha menganalisis strategi komunikasi pemasaran PT Elken International Indonesia dalam memasarkan Elken Bio Pure RO di Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran dalam memasarkan Elken Bio Pure RO di Yogyakarta dan untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran dalam memasarkan Elken Bio Pure RO di Yogyakarta. Kerangka teori dalam penelitian ini menggunakan teori tentang strategi, komunikasi pemasaran, dan bauran pemasaran. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini tidak diuraikan sebagai prosedur pemecahan masalah keadaan subyek atau obyek penelitian, hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau tidak membuat prediksi. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa dengan memperhatikan bauran pemasaran, PT Elken International Indonesia melakukan beberapa strategi komunikasi pemasaran yang diawali dengan melakukan analisis situasi tentang konsumen, perusahaan, kompetitor, lingkungan dan pengaruh perkembangan teknologi. PT Elken International Indonesia melakukan langkah-langkah proses perencanaan dan aplikasi komunikasi pemasaran melalui beberapa tahapan, yaitu: pengembangan dan perencanaan kegiatan, persiapan dan pengembangan media *advertising* dan promosi, eksekusi media dan kegiatan *marketing communication*, *monitoring* dan analisis terhadap situasi yang berkembang, memperhatikan respon konsumen, *review* program perencanaan *marketing communication*. Alat-alat promosi yang digunakan oleh PT Elken International Indonesia ini adalah periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan penjualan perorangan (*personal selling*). Pesan yang disampaikan berupa karakteristik produk, keunggulan produk, manfaat penggunaan produk, bonus yang didapat dalam setiap pembelian produk, cara konsumen dalam menyampaikan kritik dan saran. Dari hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Sedangkan rekomendasi dalam penelitian adalah dengan mempertahankan kepuasan konsumen dan sebaiknya melakukan pendekatan emosional lebih intensif antara distributor dan calon konsumen untuk dapat membantu perusahaan dalam melakukan komunikasi pemasaran.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI SKRIPSI	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Kerangka Teori	8
1. Strategi	8
2. Bauran Pemasaran	9
F. Metodologi Penelitian	65
1. Jenis Penelitian	65
2. Lokasi Penelitian	66
3. Sumber Data	66
4. Teknik Pengumpulan Data	67
5. Metode Analisa Data	68
G. Teknik Keabsahan Data	71
BAB II DATA UMUM PERUSAHAAN	73
A. Sejarah Perkembangan Perusahaan	73
B. Visi Perusahaan	77
C. Misi Perusahaan	79
D. Motto Perusahaan	82
E. Keyakinan dan Filosofi Perusahaan	82

G. Kode Etik Distributor PT Elken International Indonesia	86
H. Janji Mutu Elken	87
I. Riset, Pengembangan, dan Pabrikasi.....	90
J. Pelatihan dan Pengembangan	92
K. Kepedulian Terhadap Masyarakat	93
L. Pengurusan Kualitas Menyeluruh Pada Lima Tingkatan	95
M. Penghargaan dan Anugerah Pengusaha	96
N. Rekor Gemilang Elken.....	98
O. Elken Pelopor Penerapan 5S.....	100
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	102
A. Bauran Pemasaran PT Elken International Indonesia	102
1. Produk	106
2. Harga	109
3. Distribusi.....	110
B. Strategi Komunikasi Pemasaran PT Elken International Indonesia	112
1. Analisis Situasi	112
2. Langkah-langkah Proses Perencanaan dan Aplikasi <i>Marketing Communication</i> PT Elken International Indonesia	118
3. Alat-alat Promosi yang Digunakan oleh PT Elken International Indonesia	138
C. Faktor Pendukung dan Penghambat Dalam Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran PT Elken International Indonesia	145
1. Faktor Pendukung	145
2. Faktor Penghambat	147
D. Pembahasan.....	149
1. Mengidentifikasi Pasar Sasaran.....	149
2. Menentukan Tujuan Komunikasi.....	150
3. Merancang Pesan	151
4. Memilih Saluran Komunikasi	151
5. Menentukan Total Anggaran Promosi	153
6. Menentukan Bauran Promosi	153
7. Menentukan Hasil Promosi	

8. Mengelola dan Mengoordinasikan Proses Pemasaran Terpadu	157
BAB IV PENUTUP	159
A. Kesimpulan	159
B. Saran	161
DAFTAR ISI	

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.E.2.1. Model Proses Komunikasi Pemasaran.....	12
Gambar I.E.2.2. Hasil dan Hambatan Proses Komunikasi Pemasaran	17
Gambar I.E.2.3. Model Proses Pengambilan Keputusan Dalam Komunikasi Pemasaran	22
Gambar I.E.2.4. Tahapan Pencapaian Tujuan Komunikasi dan Strategi Komunikasi	31
Gambar I.E.2.5. Langkah-langkah Dalam Pemasaran Sasaran.....	33
Gambar I.E.2.6. Proses Perencanaan dan Aplikasi Komunikasi Pemasaran	41
Gambar II.F.1. Struktur Organisasi Perusahaan	83
Gambar III.B.2.1. Proses Perencanaan dan Aplikasi Komunikasi Pemasaran PT Elken International Indonesia	126
Gambar III.A.3.1. Alur Proses Distributor Elken dalam melakukan presentasi	110
Gambar III.A.3.2. Alur Proses Distributor Elken dalam melakukan presentasi	