

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BUAH LOKAL
PT. TIGA MENARA JAYA TANJUNGSARI DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

RICKY ARDIYANTO DARMAWAN

17220018

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BUAH
LOKAL PT. TIGA MENARA JAYA TANJUNGSARI
DI SURABAYA
Nama : RICKY ARDIYANTO DARMAWAN
NPM : 17220018
Program Studi : AGRIBISNIS

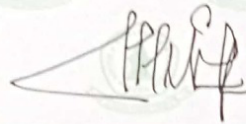
Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Dr. Ir. Hary Sastryawanto, MS.

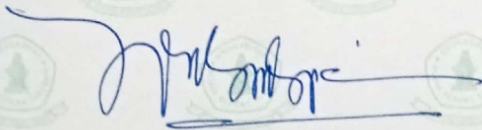


Ir. Diah Tri Hermawati, MP.

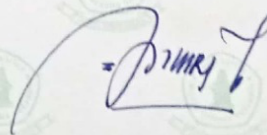
Mengetahui,

Dekan
Fakultas Pertanian

Ketua
Program Studi Agribisnis



Ir. Koesriwulandari, MP.



Ir. Erna Haryanti, MMA.

TELAH DIREVISI

Tanggal : 26 Januari 2021

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BUAH LOKAL
PT. TIGA MENARA JAYA TANJUNGSARI
DI SURABAYA**

RICKY ARDIYANTO DARMAWAN
17220018

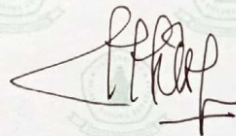
Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



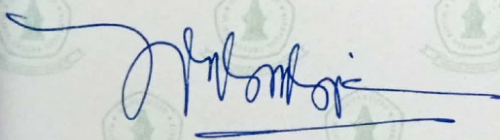
Dr. Ir. Hary Sastryawanto, MS.

Dosen Pembimbing II



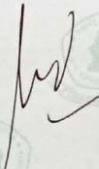
Ir. Diah Tri Hermawati, MP.

Dosen Penguji I



Ir. Koesriwulandari, MP.

Dosen Penguji II



Ir. Endang Siswati, MM.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ricky Ardiyanto Darmawan
NPM : 17220018
Alamat : Jl. Candi Lontar 43K no.94, Surabaya
No. Telp/Hp : 081358437353
JUDUL SKRIPSI : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BUAH LOKAL
PT. TIGA MENARA JAYA TANJUNGSARI DI SURABAYA

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi yang berjudul ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan, maupun analisis data yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpanan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Surabaya, 26 Januari 2021
Yang membuat pernyataan,



Ricky Ardiyanto Darmawan

NPM: 17220018

Ricky Ardiyanto Darmawan. 17220018. Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, 2021. Strategi Komunikasi Pemasaran Buah Lokal PT. Tiga Menara Jaya Tanjungsari di Surabaya. Pembimbing Pertama : Dr. Ir. Hary Sastryawanto, MS. dan Pembimbing Kedua : Ir. Diah Tri Hermawati, MP.

ABSTRAK

Pertanian adalah sektor yang sangat bernilai dalam perekonomian nasional. Komoditas hortikultura, terutama pada buah-buahan mempunyai prospek dalam zona pertanian. Peningkatan buah-buahan bersistem agribisnis dan agroindustri sangatlah cerah, karena permintaan pada produk mengarah terus menaik, baik dalam pasar lokal ataupun di luar negeri. Komunikasi pemasaran dalam beberapa tahun terakhir menjadi sebuah kebutuhan bagi perusahaan-perusahaan untuk mengembangkan segala produk yang akan diproduksi oleh perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran buah lokal PT. Tiga Menara Jaya Tanjungsari di Surabaya.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh saat penelitian langsung melalui wawancara dan observasi. Data sekunder adalah data yang mendukung dari data primer. Penelitian ini menggunakan analisis interaktif oleh Miles and Huberman yang menyebutkan bahwa teknik ini terdiri dari tiga komponen, yaitu Reduksi Data, Penyajian Data, serta Penarikan dan Pengujian Kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan kesesuaian antara konseptual pola-pola data yang telah disusun. Berdasarkan penelitian yang dilakukan diperoleh kesimpulan adalah strategi komunikasi pemasaran PT. Tiga Menara Jaya menggunakan promosi, seperti periklanan, penjualan perorangan, publikasi, promosi penjualan, dan pemasaran sponsor.

Kata Kunci : *Strategi Komunikasi, Pemasaran, Buah Lokal.*

Ricky Ardiyanto Darmawan. 17220018. Agribusiness Study Program, Faculty of Agriculture, Wijaya Kusuma University, Surabaya, 2021. Local Fruit Marketing Communication Strategy PT. Tiga Menara Jaya Tanjungsari in Surabaya. First Advisor : Dr. Ir. Hary Sastryawanto, MS. and Second Advisor : Ir. Diah Tri Hermawati, MP.

ABSTRACT

Agriculture very valuable sector in the national economy. Horticultural commodities, especially fruits, have prospects in agricultural areas. The improvement of agribusiness and agroindustry systems is very bright, because the demand for products will continue to increase, both in local and foreign markets. Marketing communication in recent years has become a necessity for companies to develop all the products that company will produce. This study aims to see local fruit marketing communication strategy of PT. Tiga Menara Jaya Tanjungsari in Surabaya.

The data used in this study are primary data and secondary data. Primary data is data obtained during direct research through interviews and observations. Secondary data is data that supports primary data. This uses interactive analysis study by Miles and Huberman who states this technique consists of three components, namely Data Reduction, Data Display, and then Drawing and Verifying Conclusion.

The results of this study indicate the conformity between the conceptual patterns of the data that have been compiled. Based on the research conducted, the conclusion is that marketing communication strategy of PT. Tiga Menara Jaya uses promotions, such as advertising, personal selling, publicity, sales promotion, and sponsorship marketing

Keywords : Communication strategy, Marketing, Local Fruit.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana strata-1 (S1) yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Buah Lokal PT. Tiga Menara Jaya Tanjungsari di Surabaya”.

Dalam penulisan skripsi ini peneliti merasa masih banyak kekurangan pada teknis penulisan maupun materi, akan kemampuan yang dimiliki peneliti. Untuk itu kritik dan saran dari semua pihak sangat peneliti harapkan.

Dalam penelitian ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya kepada :

1. Prof. dr. Sri Harmadji, Sp.THT-KL (K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Ir. Koesriwulandari, MP. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ir. Erna Haryanti, MMA. selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Dr. Ir. Hary Sastryawanto, MS. selaku Dosen Pembimbing.
5. Ir. Diah Tri Hermawati, MP. selaku Dosen Pembimbing.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
7. Teman-teman Angkatan 2017 dan staf TU Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya (Mas Aris, Mbak Ines dan rekan-rekan) yang dengan sigap membantu.
8. Terima kasih kepada PT. Tiga Menara Jaya yang bersedia membantu dan mendukung penelitian ini.

9. Terima kasih kepada Arya Aksani Mauliditya dan Achmad Rifa'i Hamzah yang telah memberikan motivasi dan menghibur.
10. Terima kasih kepada Firdaus Rachman Nur Cholies dan Emelya Virgiyan Suwono yang telah membantu dalam melancarkan penelitian ini.
11. Secara khusus peneliti menyampaikan terima kasih kepada keluarga tercinta yang telah memberikan doa dan bantuan, serta pengertian yang besar kepada peneliti sehingga dapat menjalankannya dengan baik.

Akhirnya, peneliti berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan balasan sebaik-baiknya kepada mereka yang telah memberikan bantuan kepada peneliti.

Surabaya, 20 Januari 2021

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Batasan Penelitian.....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Strategi Komunikasi Pemasaran	7
2.2. Tujuan Strategi Komunikasi Pemasaran.....	10
2.3. Fungsi Strategi Komunikasi Pemasaran	11
2.4. Unsur-Unsur Strategi Pemasaran.....	11
2.5. Program Penjualan	16
2.6. Buah-Buahan	19
2.6.1. Pengertian Buah Lokal	19
2.6.2. Manfaat Buah Lokal	20
2.6.3. Ketersediaan Buah Lokal	24
2.7. Perseroan Terbatas (PT)	25
2.7.1. Pengertian PT	25
2.7.2. Tujuan PT	25
2.7.3. Macam-Macam PT	26
2.7.4. Kelebihan PT	27
2.7.5. Kekurangan PT	28
2.8. Teori-Teori yang Mendukung.....	28
2.9. Penelitian Terdahulu	30
2.8. Kerangka Berpikir	32
BAB III. METODE PENELITIAN.....	34

3.1. Penentuan Lokasi.....	34
3.2. Jenis Penelitian	34
3.3. Penentuan Responden	35
3.4. Pengumpulan Data.....	35
3.5. Analisis Data.....	37
BAB IV. KEADAAN UMUM DAERAH.....	39
4.1. Letak Geografis dan Batasan Wilayah Kota Surabaya.....	39
4.2. PT. Tiga Menara Jaya Tanjungsari di Surabaya.....	42
4.2.1. Sejarah PT. Tiga Menara Jaya.....	42
4.2.3. Latar belakang	43
4.2.3. Tujuan.....	43
4.2.4. Visi dan Misi	43
4.2.5. Struktur Organisasi.....	44
BAB V. HASIL DAN ANALISIS	45
5.1. Proses Strategi Komunikasi Pemasaran.....	45
5.1.1. Kegiatan Advertising dilakukan PT. Tiga Menara Jaya.....	45
5.1.2. Kegiatan Personal Selling dilakukan PT. Tiga Menara Jaya	48
5.1.3. Kegiatan Publicity dilakukan PT. Tiga Menara Jaya	52
5.1.4. Kegiatan Sales Promotion dilakukan PT. Tiga Menara Jaya	55
5.1.5. Kegiatan Sponsorship Marketing dilakukan PT. Tiga Menara Jaya	59
5.2. Hambatan Proses Strategi Komunikasi Pemasaran Buah Lokal	61
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	62
6.1. Kesimpulan	62
6.2. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel	Uraian	Halaman
Tabel 4.1.	Wilayah, Kecamatan, dan Kelurahan di Surabaya.....	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Uraian	Halaman
Gambar 3.5.	Komponen-Komponen Analisis Data Model Interaktif	38
Gambar 4.1.	Peta Kota Surabaya	40
Gambar 5.1.1.	Salah Satu Bentuk <i>Advertising</i> yang Dilakukan melalui Shopee....	47
Gambar 5.1.3.	Bentuk <i>Publicity</i> Melalui Media Sosial Instagram dan Facebook..	55
Gambar 5.1.4.	Salah Satu Bentuk <i>Sales Promotion</i> dengan Cara <i>Price Pack</i>	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Uraian	Halaman
Lampiran 1.	Kegiatan di PT. Tiga Menara Jaya	67
Lampiran 2.	Kegiatan Wawancara.....	69
Lampiran 3.	Poster Sebagai Media Promosi	70