



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN IKAN AIR TAWAR
PERUSAHAAN DAGANG MANDIRI**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana dalam
bidang Ilmu Komunikasi

Oleh

Ossa Repayani Fitri

41182037190011

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI SASTRA DAN BAHASA
UNIVERSITAS ISLAM 45 BEKASI**

TAHUN 2023 M / 1444 H

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai-syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah dituliskan sembestnya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi , 14 Juli 2023



Ossa Repayani Fitri
41182037190011

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Ikan Air
Tawar Perusahaan Dagang Mandiri

Diajukan Oleh : Ossa Repayani Fitri

NPM : 41182037190011

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Jurnalistik

Fakultas : Komunikasi Sastra dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian skripsi sebagai bagian prasyarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa, UNISMA Bekasi.

Bekasi, 03 Juli 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi



Tin Hartini M.Si

NRP: 45.1.01.01.2016.001

Menyetujui,

Dosen Pembimbing Skripsi



Kartini Rosmala D.K M.Ikom

NRP: 45.1.22.08.2011.025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul :

“Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Ikan Air Tawar Perusahaan Dagang Mandiri” Telah penulis pertahankan dihadapan para dewan penguji skripsi pada :

Hari : Sabtu

Tanggal : 22 Juli 2023

Waktu : 13:00-14:00 WIB

Oleh

Nama : Ossa Repayani Fitri

NPM : 41182037190011

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dewan Penguji

Ket	Nama	Tanda Tangan
Ketua Sidang	Yudha Asmara Dwi Aksa M.I.Kom	
Penguji I	Siti Khadijah M.Si	
Penguji II	Kartini Rosmala D.K M.I.Kom	

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Komunikasi,



Dr. Nurvadi, M.Hum

NRP : 45.1.01.04.2010.012

Bekasi, 27 Juli 2023

Menyetujui,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi,



Tin Hartini, M.Si

NRP : 45.1.01.02.2016.001

ABSTRAK

Universitas Islam 45 Bekasi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi Sastra dan
Bahasa
2023

Ossa Repayani Fitri/41182037190011

Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Ikan Air Tawar
Perusahaan Dagang Mandiri

Dibawah bimbingan Ibu Kartini Rosmala D. K. M.Ikom

Terlihat dari kondisi saat ini persaingan semakin ketat membuat setiap pelaku bisnis harus meningkatkan strategi pemasaran yang ada di perusahaannya. banyaknya perusahaan dagang ikan air tawar yang bermunculan, para pelaku usaha perlu berfikir kreatif dalam memasarkan produknya agar bisa terus meningkatkan penjualannya. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan perusahaan dagang mandiri dalam meningkatkan penjualannya. Teori yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah *marketing mix 4P* yang terdiri dari *Product, Price, Place, Promotion*. Sebagai penunjang strategi tersebut, menggunakan teori penjualan. Jenis penelitian ini yaitu kualitatif dengan metode penelitian deskriptif. Teknik pengambilan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Perusahaan Dagang Mandiri telah menerapkan 4 elemen bauran pemasaran barang dan jasa dalam menjalankan strategi komunikasi pemasarannya, *Word of mouth* dan *Direct Marketing* merupakan komponen *promotion mix* yang paling banyak digunakan oleh Perusahaan Dagang Mandiri dalam meningkatkan penjualannya serta peran *marketing mix* dalam meningkatkan penjualan dikatakan sangat efektif karena mampu membantu Perusahaan Dagang Mandiri dalam mengidentifikasi para konsumennya.

Kata Kunci: *Marketing Mix*, Perusahaan Dagang Mandiri, Strategi Komunikasi Pemasaran

ABSTRACT

*Islamic University of 45 Bekasi
Science Study
Program Communication
Faculty of Communication,
Literature, and Language
2023*

Ossa Repayani Fitri/41182037190011
Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Ikan Air Tawar
Perusahaan Dagang Mandiri
Under the guidance of Kartini Rosmala D.K. M.Ikom

The current condition shows that competition is becoming tighter, requiring every business entity to enhance their marketing strategies. With the increasing number of freshwater fish trading companies emerging, entrepreneurs need to think creatively in marketing their products to continually increase sales. The objective of this research is to identify the marketing communication strategies implemented by an independent trading company to boost its sales. The theoretical framework utilized in this study is the 4P marketing mix, consisting of Product, Price, Place, and Promotion. To support these strategies, sales theories are also employed. This research adopts a qualitative approach with descriptive research methods. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation. The findings of this study indicate that the independent trading company has implemented the four elements of the marketing mix for goods and services in executing its marketing communication strategies. Word of mouth and Direct Marketing are the most utilized components of the promotion mix by the independent trading company to increase sales. Moreover, the role of the marketing mix in boosting sales is considered highly effective as it aids the independent trading company in identifying its target consumers.

Keyword: Marketing Mix, Independent Trading Company, Marketing Communication Strategy

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas petunjuk, Rahmat, karunia dan berbagai nikmat yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar serta tepat pada waktunya. Adapun judul penelitian ini yaitu **“Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Ikan Air Tawar Perusahaan Dagang Mandiri”**

Penulis menyelesaikan proses penyusunan penelitian skripsi ini selain hasil pemikiran sendiri, juga mendapat dukungan dari banyak pihak, baik dukungan secara langsung maupun tidak langsung. Penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dekan Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa, Dr Nuryadi. M.Hum
2. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Ibu Tin Hartini, S.Ag. M.Si.
3. Ibu Kartini Rosmala D.K, M.Ikom sebagai dosen pembimbing yang sudah berkenan meluangkan waktunya untuk membimbing penyusunan laporan skripsi.
4. Dosen-dosen Program Ilmu Komunikasi Universitas Islam “45” Bekasi, terimakasih atas ilmu yang sudah diberikan selama masa perkuliahan.
5. Para Staff Perpustakaan FKSB Unisma Bekasi yang telah membantu memberikan kelulusan dalam peminjaman buku untuk menyelesaikan laporan akhir ini.
6. Kepada bapak Sopiyan Hadi selaku Manager Perusahaan Dagang Mandiri beserta karyawan nya yang sudah membantu membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada kedua orang tua saya, Bapak Khairul Fitri selaku ayah saya, dan Ibu saya Kokom Komariah, yang tiada henti mendoakan dan mendukung penulis.
8. Kepada Wahyu Hendrawan yang juga tiada henti memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dari awal hingga akhir
9. Kepada seluruh Mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2019 Universitas Islam “45” Bekasi yang selalu menyemangati dalam setiap kesulitan
10. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu

Bekasi, 14 Juli 2023

Ossa Repayani Fitri

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	III
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	IV
ABSTRAK	V
ABSTRACK.....	VI
PRAKATA	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL.....	X
DAFTAR GAMBAR.....	XI
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Rujukan Penelitian Terdahulu	6
2.1.1 Penelitian Melani berjudul Strategi Komunkasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Online Sepatu S. Van Decka Bandung	6
2.1.2 Penelitian oleh Maya Gita Handayani yang berjudul "Strategi Komunikasi Pemasaran Restoran Fine Dining AMUZ Gourmet Dalam Menarik Minat Beli Konsumen", 2021.....	7
2.1.3 Penelitian oleh Cawalinya Livsanthi Hasyim dan Elisabeth Cory Ohoiwutunyang berjudul "Strategi Komunikasi Pemasaran Ikan Teri (Stolephorus SP) Kering", 2018.	8
2.2 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu	9
2.3 Kerangka Teori	11
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	11
2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	12
2.2.3 Bauran Pemasaran (<i>marketing mix</i>).....	13
2.2.4 Penjualan.....	15
2.4 Kerangka Pemikiran	16

BAB III.....	18
METODOLOGI PENELITIAN	18
1.1 Jenis Penelitian	18
1.2 Unit Analisis.....	18
3.2.1 <i>Key Informan</i>	19
3.2.2 <i>Informan</i>	19
3.3 Teknik Pengumpulan Data	19
3.3.1 Data Primer	19
3.3.2 Data Sekunder.....	20
3.4 Definisi Konseptual	21
3.5 Teknik Analisis Data	21
3.6 Keabsahan Data	22
BAB IV	24
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	24
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan Dagang Mandiri	26
4.1.3 Susunan Organisasi Perusahaan Dagang Mandiri	26
4.2.1 Peranan Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan	27
4.2.2 Perencanaan Komunikasi Pemasaran Perusahaan Dagang Mandiri Dalam Meningkatkan Penjualan.	28
4.2.3 Penerapan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Perusahaan Dagang Mandiri Dalam Meningkatkan Penjualan	29
BAB V.....	41
KESIMPULAN DAN SARAN	41
5.1 Kesimpulan	41
5.2 Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN-LAMPIRAN	44

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Konsumsi Ikan di Jawa Barat	2
Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan	9
Tabel 4.1 Daftar Restoran dan Rumah Makan... ..	25
Tabel 4.2 Daftar Pasar... ..	25
Tabel 4.3 Hasil Penjualan 3 Tahun ke Belakang... ..	26
Tabel 4.4 Susunan Organisasi Perusahaan Dagang Mandiri... ..	26
Tabel 4.5 Harga Jenis Ikan... ..	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	17
Gambar 4.1 Lokasi Perusahaan Dagang Mandiri... ..	34
Gambar 4.2 <i>WhatsApp</i> Perusahaan Dagang Mandiri.....	36
Gambar 4.3 Proses <i>Ready Stock</i> Ikan.....	37
Gambar 4.4 Screenshoot Status Video <i>Whatsapp</i>	37