



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT SINTRA SINARINDO  
ELEKTRIK DALAM MENDUKUNG *MARKET DEVELOPMENT*  
(*STUDI KASUS PRODUK TRANSFORMERS TAHUN 2016 – JAN 2017*)**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)  
Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication & Advertising

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Disusun Oleh:  
**MELANIA BASTIAN**  
44313110082

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2017**

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini:

NIM : 44313110082

Nama : Melania Bastian

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran PT Sintra Sinarindo  
Elektrik Dalam Mendukung *Market Development*  
(Studi Kasus Produk *Transformers* Tahun 2016 – Jan  
2017)

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul yang tersebut di atas adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat kecuali kutipan-kutipan dan teori-teori yang digunakan dalam skripsi ini. Apabila ternyata di temukan di dalam laporan skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap untuk mendapatkan sanksi akademik yang terkait dengan hal tersebut.

Jakarta, 29 July 2017



**Melania Bastian**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran PT Sintra Sinarindo Elektrik Dalam Mendukung *Market Development (Studi Kasus Produk Transformers Tahun 2016 – Jan 2017)*

Nama : Melania Bastian

Nim : 44313110082

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Marketing Communication and Advertising

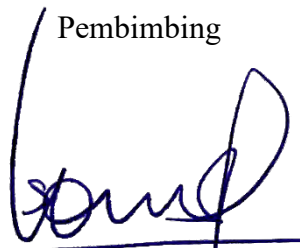


UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 29 July 2017

Mengetahui,

Pembimbing



(Dr. Yoyoh Hereyah S.Pd, M.Si)

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran PT Sintra Sinarindo Elektrik Dalam  
Mendukung *Market Development* (Studi Kasus Produk Transformers  
*Tahun 2016 – Jan 2017*)

Nama : Melania Bastian


Nim : 44313110082

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Marketing Communication and Advertising

Ketua Sidang


Nama : Dewi Sad Tanti, M.I.Kom



(.....)

Penguji Ahli

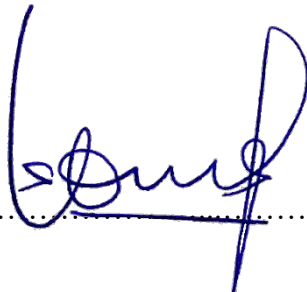
Nama : Razie Razak, S.Sos, M.Si



(.....)

Pembimbing

Nama : Dr. Yoyoh Hereyah S.Pd, M.Si



(.....)

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran PT Sintra Sinarindo Elektrik Dalam Mendukung *Market Development (Studi Kasus Produk Transformers Tahun 2016 – Jan 2017)*

Nama : Melania Bastian

Nim : 44313110082

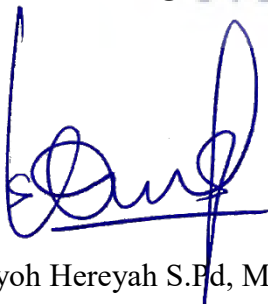
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 29 July 2017

Disetujui dan diterima oleh,

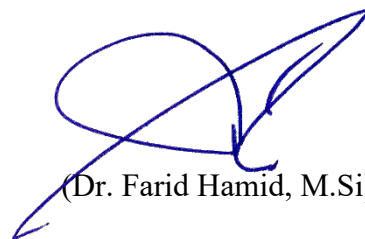
Pembimbing



(Dr. Yoyoh Hereyah S.Pd, M.Si)

Ketua Bidang Studi

Periklanan dan Komunikasi Pemasaran



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Ponso Sulisty, M. Comm., Ph.D)

## MOTTO

*“Jangan merasa paling pandai agar tidak salah arah;*

*Jangan suka berbuat curang agar tidak celaka”*

Sunan Kalijaga



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Alhamdulillah* tak henti-hentinya penulis ucapkan sebagai bentuk puji dan syukur atas berkah kehadiran Allah Subhanahuwata'ala yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, dan tak lupa penulis ucapkan Shalawat beriring salam untuk tuntunan dan junjungan Alam yaitu baginda Rasulullah Muhammad Shallallahu'alaihiwasallam beserta keluarga dan para sahabatnya.

Atas terselesaikannya skripsi ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan skripsi ini, antara lain:

1. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah S.Pd, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar, teliti, tulus dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga, pikiran serta memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
2. Kedua orang tua penulis yang telah membimbing dan mendukung penuh baik secara materiil dan doa serta tenaga tanpa menuntut balas demi kesuksesan penulis.
3. Universitas Mercu Buana yang telah menyediakan ruang perpustakaan yang nyaman untuk menyelesaikan skripsi ini
4. Rekan-rekan mahasiswa/i Program Kelas Karyawan Fakultas Ilmu komunikasi bidang studi Marketing Komunikasi dan Advertising yang

telah banyak memberikan masukan kepada penulis baik selama dalam mengikuti perkuliahan maupun dalam penulisan skripsi ini.

5. Teman-teman kantor penulis di PT Sintra Sinarindo Elektrik yang telah memberi dukungan dalam mengerjakan skripsi ini.
6. Bp. Purnawan Widjaja yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
7. Dan kepada semua pihak yang mungkin tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dan telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Marketing Komunikasi dan Advertising Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana. Judul yang penulis sampaikan adalah “Strategi Komunikasi Pemasaran PT Sintra Sinarindo Elektrik Dalam Mendukung *Market Development* (Studi Kasus Produk *Transformers* Tahun 2016 – Jan 2017)”. Penulis menyadari akan keterbatasan ilmu serta kemampuan yang dimiliki namun berkat bantuan, bimbingan, dan proses kristalisasi keringat serta Izin dari Allah Subhanahuwata’ala segala kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat terselesaikan dengan baik.

Maka dengan segala kerendahan hati penulis mohon maaf apabila masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini, dan tentunya dengan senang hati penulis menerima semua saran dan kritik yang membangun., akhir kata benar datang dari Allah Subhanahuwata’ala, salah dan khilaf datang dari manusia, Dan semoga



skripsi ini dapat bermanfaat wabil khusus bagi penulis dan dapat berguna bagi semua pembaca dan masyarakat luas.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.,

Jakarta, 29 July 2017

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI</b> .....	ii
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Manfaat Penelitian .....	13
a. Manfaat Akademis .....	13
b. Manfaat Praktis .....	14

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu .....	15
2.2 Kerangka Teori.....	23
2.2.1 Perencanaan Strategis Perusahaan .....	23
2.2.1.1 Analisis Lingkungan (SWOT).....	25
2.2.1.2 Perumusan Strategi .....	28
2.2.1.3 Implementasi Strategi .....	29
2.2.1.4 Evaluasi dan Pengendalian .....	30
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	31
2.2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	37
2.2.3.1 Segmentation.....	38
2.2.3.2 Targeting .....	38
2.2.3.3 Positioning.....	41
2.2.3.4 Program Marketing .....	43
2.2.3.5 Strategi Promosi .....	44
2.2.4 Pasar Bisnis.....	47
2.2.5 Strategi Pengembangan Pasar .....	51

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Paradigma.....	53
3.2 Tipe Penelitian.....	54
3.3 Metode Penelitian.....	54
3.4 Subyek Penelitian ( <i>Key Informan</i> / Narasumber) .....	55
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	56
3.5.1 Data Primer .....	56
3.5.2 Data Sekunder.....	57
3.6 Teknik Analisis Data.....	57
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	59
3.7.1 Triangulasi.....	59

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	61
4.1.1 Gambaran Umum Industri Transformator Indonesia.....	61
4.1.2 Profil Perusahaan .....	63
4.1.3 Visi, Misi dan Nilai Inti Perusahaan .....	65
4.1.4 Layanan Perusahaan .....	65
4.1.5 Produk PT Sintra Sinarindo Elektrik.....	66
4.1.6 Struktur Organisasi Perusahaan .....	69

4.2 Hasil Penelitian.....	70
4.2.1 Perencanaan Strategis PT Sintra Sinarindo Elektrik .....	70
4.2.2 Implementasi Strategi PT Sintra Sinarindo Elektrik.....	74
4.2.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	74
4.2.2.2 Program Marketing .....	76
4.2.3 Evaluasi dan Pengendalian .....	89
4.2.3.1 Evaluasi.....	89
4.2.3.2 Pengendalian.....	90
4.2.4 Pemasaran <i>Business to Business</i> (B2B).....	91
4.2.5 Strategi Perkembangan Pasar.....	92
4.3 Pembahasan.....	93
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan.....	97
5.2 Saran.....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>102</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>105</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 a: Alokasi Kuota PT PLN.....	5
Gambar 1.1 b: Net Profit Margin PT Sintra Sinarindo Elektrik.....	6
Gambar 2.2.2: <i>Marketing Mix 4P's</i> .....	35
Gambar 2.2.3.4: Bauran Pemasaran.....	43
Gambar 2.2.5: <i>Market Expansion Continuum</i> .....	52
Gambar 2.2.6: Piramida <i>Brand Awareness</i> .....	54
Gambar 4.2.2.2 a: Iklan di Majalah Citra Data.....	81
Gambar 4.2.2.2 b: Power Electric Expo, Dili, Timor Leste.....	82
Gambar 4.2.2.2 c: Indonesia Best Electricity Awards 2016.....	83
Gambar 4.2.2.2 d: Seminar Enjiniring Transformator yang Efisien.....	83
Gambar 4.2.2.2 e: Iklan Kemitraan di Bisnis Indonesia.....	84
Gambar 4.2.2.2 f: Press Conferences Seminar.....	85
Gambar 4.2.2.2 g: Pemberitaan Seminar di Media Massa.....	86
Gambar 4.2.2.2 h: LinkedIn PT Sintra Sinarindo Elektrik.....	86
Gambar 4.2.2.2 i: Website PT Sintra Sinarindo Elektrik.....	87

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 2.2.3.1 Matriks SWOT.....	27
Tabel 4.2.1.1.1 Matriks SWOT PT Sintra Sinarindo Elektrik.....	73
Tabel 4.2.1.2.2.1 Distributor PT Sintra Sinarindo Elektrik.....	79

