

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN PRODUK OLAHAN IKAN LAUT DI TOKO LESTARI  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Akademik  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)  
Peminatan : Broadcasting**



**Aprianto Wahyu Saputro**

**17010123**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI  
ALMAMATER WARTAWAN SURABAYA**

**2021**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN PRODUK OLAHAN IKAN LAUT DI TOKO LESTARI**

**SURABAYA**

Oleh :

**APRIANTO WAHYU SAPUTRO**

**17010123**

Telah diujikan di depan Dewan Penguji Skripsi pada tanggal .....

**Susunan Dewan Penguji Skripsi**

**Drs. Moch. Djauhari, M.Si.**

**Dra. N. W. Ratna Amina, M.Si.**

**Dra. Hj. Puasini Aprilyantini, M.Si.**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal.....

**Suprihatin, S. Pd., M. Med. Kom.**

**Kepala Program Studi**

**Dra. N. W. Ratna Amina, M.Si.,**

**PJS Stikosa-AWS**



## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya (Stikosa-AWS),

Nama Mahasiswa : Aprianto Wahyu Saputro

NIM : 17010123

Program Studi : Broadcasting

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat dengan judul **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK OLAHAN IKAN LAUT DI TOKO LESTARI SURABAYA** adalah :

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil perkuliahan, observasi lapangan, buku-buku serta jurnal acuan yang tertera di dalam daftar pustaka.
2. Bukan merupakan duplikasi karya ilmiah yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di perguruan tinggi lain, kecuali pada bagian-bagian yang sumber informasinya dicantumkan dengan cara penulisan referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam daftar pustaka pada Skripsi saya. Jika di kemudian hari terbukti saya tidak memenuhi seperti yang telah dinyatakan di atas, maka Skripsi ini dapat dibatalkan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi-Almamater Wartawan Surabaya (Stikosa-AWS).

Surabaya, 30 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan

Materai 6000

Aprianto Wahyu Saputro



## PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

### STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK OLAHAN IKAN LAUT DI TOKO LESTARI SURABAYA

Oleh :

Nama : Aprianto Wahyu Saputro

NIM : 17010123

Peminatan : Broadcasting

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi-Almamater Wartawan Surabaya (Stikosa-AWS).

Surabaya,

Menyetujui

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Dra. Puasini Aprilyantini, M.Si

Moch. Arkansyah, M.I.Kom

Kepala Program Studi

Suprihatin, S. Pd., M. Med. Kom.



## PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Pada Kamis, 19 Agustus 2021 telah diselenggarakan Sidang Skripsi untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi-Almamater Wartawan Surabaya (Stikosa-AWS), atas mahasiswa sebagai berikut:

Nama : Aprianto Wahyu Saputro

NIM : 17010123

Peminatan : Broadcasting

Dengan Skripsi berjudul **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK OLAHAN IKAN LAUT DI TOKO LESTARI SURABAYA** oleh Dewan Penguji Skripsi yang terdiri dari:

No	Nama	Status	Tanda Tangan
1	<b>Drs. Moch. Djauhari, M.Si</b>	sebagai Ketua	
2	<b>Dra. N. W. Ratna Amina, M.Si.</b>	sebagai Anggota	
3	<b>Dra. Hj. Puasini Aprilyantini, M.Si.</b>	sebagai Anggota	

## ABSTRAK

Pandemi Covid -19 membawa dampak di berbagai sektor, dan salah satunya adalah produsen olahan ikan laut. Tetapi Toko Lestari yang juga menjual produk olahan ikan laut dan berlokasi di Jl.Pantai Lama No. 23 Surabaya nampak masih ada kesibukan melayani pembeli dan pelanggan meski tidak begitu ramai. Bersaing dengan toko - toko lain yg juga memasarkan produk olahan ikan laut, dan adanya kenaikan harga bahan baku, listrik serta pajak menjadikan Toko Lestari sebagai penjual olahan ikan laut harus membuat strategi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan Toko Lestari dalam meningkatkan penjualannya dan bisa bertahan disaat pandemi. Menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dengan teknik analisis *Miles dan Huberman* yang terdiri dari empat bagian : pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan, maka teori yang dipilih untuk digunakan mengetahui strategi komunikasinya adalah Intergrated Marketing Communication (IMC) dengan pendekatan 6P, yang terdiri dari *Price, Place, People, Packaging, Promotion, dan Product*. Hasilnya dengan memasang Harga produk di Toko Lestari sedikit lebih murah dibandingkan dengan toko yang lain, lokasi yang strategis bisa meningkatkan penjualan karena lokasinya dekat dengan destinasi wisata Pantai Kenjeran. Produk yang dijual ikan yang langsung ditangkap dari laut, selain itu promosi yang mereka adakan berbeda dengan yang lain, mereka memasang spanduk di tempat yang cukup jauh dari lokasi. Melalui 20 pegawai, yang mampu mengemas dengan cepat dengan jumlah yang banyak, juga berkat dilatih untuk selalu tersenyum , akhirnya pegawai Toko Lestari senantiasa melayani pelanggan dengan ramah dan sopan. Kemasannya juga dibuat menarik dengan menggunakan plastik ziplock karena dinilai lebih praktis dan bisa dibuka tutup dengan mudah.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, IMC (6P), Toko Lestari, Produk Olahan Ikan.

## **ABSTRACT**

*The Covid -19 pandemic has had an impact on various sectors, and one of them is the producer of processed marine fish. But Lestari Store which also sells processed seafood products and is located on Pantai Lama Street No. 23 Surabaya seems to be busy serving buyers and customers even though it is not so crowded. Competing with other shops that also market processed seafood products, and the increase in prices for raw materials, electricity and taxes makes Lestari Store as a seller of processed marine fish, having to make a strategy. This study aims to determine the communication strategy used by Lestari Store in increasing its sales and being able to survive during the pandemic. Using descriptive qualitative research methods, with Miles and Huberman analysis techniques consisting of four parts: data collection, data reduction, data presentation and conclusion drawing, the theory chosen to be used to determine the communication strategy is Integrated Marketing Communication (IMC) with a 6P approach, which consists of Price, Place, People, Packaging, Promotion, and Product. The result is that by installing product prices at Lestari Store slightly cheaper than other stores, a strategic location can increase sales because of its location close to Kenjeran Beach tourist destinations. The products they sell are fish that are caught directly from the sea, apart from that the promotions they hold are different from the others, they put up banners in a place quite far from the location. Through 20 employees, who are able to pack quickly in large quantities, also thanks to being trained to always smile, finally Lestari Store employees always serve customers in a friendly and courteous manner. The packaging is also made attractive by using ziplock plastic because it is considered more practical and can be opened and closed easily.*

*Keywords: Marketing Communication Strategy, IMC (6P), Lestari Store, Seafood Product.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Penulis Panjatkan ke Hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Skripsi dengan judul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK OLAHAN IKAN LAUT DI TOKO LESTARI SURABAYA” ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada orang tua dan Kampus Stikosa – AWS.

Pada kesempatan kali ini peneliti juga ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya kepada yang terhormat dan terkasih :

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Sasmito dan Ibu lastin tercinta yang telah membimbing sampai saat ini.
2. Ibu Dra. N. W. Ratna Amina, M.Si., selaku PJS Ketua Stikosa - AWS.
3. Ibu Suprihatin, S. Pd., M. Med. Kom., selaku Kepala Program Studi
4. Ibu Dra. Puasini Aprilyantini, M.Si., selaku Dosen Pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan dan banyak memberikan masukan kepada Peneliti.
5. Bapak Moch. Arkansyah, M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing skripsi yang sangat banyak membantu dalam penulisan penelitian ini.
6. Seluruh dosen – dosen dan staff Stikosa - AWS yang telah memberikan ilmu yang sangat berharga selama peneliti menempuh bangku kuliah.
7. Pemilik Toko Lestari Surabaya, bapak Budi Jayanto yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian dan pengumpulan data di Toko Lestari. Terima kasih telah meluangkan waktu kepada peneliti untuk



menjadi narasumber penelitian.

8. Pelanggan Toko Buku Lestari, Ibu Ningsih, mbak Dewi, ibu Nur Aisyah. yang telah bersedia meluangkan waktu selama peneliti mengumpulkan data dan bersedia menjadi narasumber peneliti
9. Seluruh pegawai Toko Lestari yang telah meluangkan waktu selama peneliti mengumpulkan data
10. Keluargaku tercinta, terima kasih atas cinta kasih sayang, doa, serta motivasi yang selalu diberikan tanpa henti kepada peneliti.
11. Seluruh teman-teman angkatan 2017, terima kasih buat semuanya.

Surabaya, 30 Agustus 2021

Peneliti,

Aprianto Wahyu Saputro

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	16
1.3 Rumusan Masalah.....	17
1.4 Tujuan Penelitian.....	17
1.5 Manfaat Penelitian.....	17
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>19</b>
2.1 Pengertian Komunikasi.....	19
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	21
2.3 Intergrated Marketing Communication.....	25
2.4 Konsep 6P.....	28
2.5 Kerangka Teori.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
3.1 Jenis dan Metode Penelitian.....	33
3.2 Lokasi Penelitian.....	33
3.3 Sumber Data.....	33

3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.5 Teknik Analisis Data .....	35
<b>BAB IV OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
4.1 Deskripsi Toko Lestari.....	39
4.2 Data Umum Toko Lestari.....	40
4.3 Logo Toko Lestari.....	40
4.4 Struktur Organisasi Toko Lestari.....	40
4.5 Daftar Nama Produk dan Harga di Toko Lestari.....	43
4.6 Data Narasumber.....	44
<b>BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
5.1 Analisis Data.....	46
5.2 Data Penelitian.....	46
5.3 Perumusan Strategi yang Dilakukan Toko Lestari.....	47
5.4 Pembahasan Analisis.....	57
5.4.1 Analisis Data yang Dilakukan Toko Lestari.....	58
5.4.2 Komunikasi Pemasaran yang Dilakukan Toko Lestari.....	62
<b>BAB VI PENUTUP.....</b>	<b>66</b>
6.1 Kesimpulan.....	66
6.2 Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>68</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	
Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 1.2 Daftar Nama dan Harga Produk Olahan Toko Lestari.....	43

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Cak Zin/Toko Lestari.....	40
Gambar 4.2 Halaman Akun Instagram dan Facebook Toko Lestari.....	43