

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *BUSINESS-TO-BUSINESS* DI MASA PANDEMI COVID-19 DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN**

(Studi Kasus pada Usaha Perangkat Furnitur PT Titus Tekform Indonesia)



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh:

MARIA MONICA CLAUDIA

170906169

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *BUSINESS-TO-BUSINESS* DI MASA
PANDEMI COVID-19 DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
(Studi Kasus pada Usaha Perangkat Furnitur PT Titus Tekform Indonesia)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

MARIA MONICA CLAUDIA

170906169

disetujui oleh :



Desideria Cempaka Wijaya Murti, S.Sos., M.A., Ph.D.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK UNIVERSITAS ATMA JAYA
YOGYAKARTA 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *BUSINESS-TO-BUSINESS* DI MASA PANDEMI COVID-19 DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Kasus pada Usaha Perangkat Furnitur PT Titus Tekform Indonesia)

Penyusun : Maria Monica Claudia

NPM : 170906169

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada Hari / Tanggal : Kamis/ 20 Januari 2022

Pukul : 10:00 WIB

Tempat : Zoom

TIM PENGUJI

Dr. MC. Ninik Sri Rejeki, M.Si.

Penguji Utama



Desideria Cempaka Wijaya Murti, S.Sos., M.A., Ph.D.



Penguji I

Sherly Hindra Negoro, S.I.Kom, M.I.Kom



Penguji II



Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., M.A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maria Monica Claudia

NPM : 170906169

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BUSINESS-TO
BUSINESS DI MASA PANDEMI COVID-19 DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Kasus pada Usaha Perangkat
Furnitur PT Titus Tekform Indonesia)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 18 Desember 2021

Saya yang menyatakan



Maria Monica Claudia

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan karya Tugas Akhir Skripsi ini kepada:

1. Kedua orangtuaku, **Papa Alexius Listiono** dan **Mama Butet Hartati Sinaga** yang telah mendidik saya menjadi pribadi yang jujur dan bertanggung jawab serta memberi banyak dukungan dan selalu mendoakan penulis.
2. Kedua adikku **Hilarius Michael Adinugraha** dan **Angelia Michelle Kusumawardani** yang selalu memberikan saya motivasi untuk menyelesaikan kuliah dan selalu bekerja keras.
3. Pendamping setiaku **Ignatius Susanto Christian Pamungkas**, yang telah memberikan waktu dan dukungan tanpa henti sejak awal kuliah.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *BUSINESS-TO-BUSINESS* DI MASA PANDEMI COVID-19 DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Kasus pada Usaha Perangkat Furnitur PT Titus Tekform Indonesia)”.

Skripsi ini merupakan penelitian yang menjelaskan tentang strategi komunikasi pemasaran *business-to-business* PT Titus Tekform Indonesia di masa pandemi Covid-19. Penelitian ini diangkat sesuai dengan ketertarikan peneliti terhadap strategi komunikasi pemasaran. Penelitian ini menjelaskan strategi komunikasi pemasaran *business-to-business* yang dilakukan perusahaan di tengah masa pandemi Covid-19 dengan segala keterbatasan untuk meningkatkan penjualan.

Skripsi ini tentunya tidak akan selesai tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak yang telah memberikan waktu, tenaga, informasi, ide, dan lainnya kepada penulis. Oleh karenanya dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua Orangtua penulis, Papa dan Mama yang selama ini telah dengan sabar mendidik dan memberikan berbagai dukungan kepada penulis demi mendapatkan banyak kesempatan untuk berkembang.
2. Ibu Desideria Cempaka Wijaya Murti, S.Sos., M.A., Ph.D. sebagai dosen pembimbing skripsi. Terima kasih banyak ibu atas bimbingan, arahan, kesabaran, kritik saran, dan kepeduliannya yang sangat membantu saya dalam menyelesaikan tugas akhir. Tanpa bimbingan ibu, saya tidak dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Pendamping penulis, Ian yang telah sabar menemani, dan memberi dukungan kepada penulis selama berkuliah. Terima kasih karena telah memberi banyak kekuatan dan dukungan selama ini.
4. Sahabat penulis, Fellys yang tidak berhenti mengingatkan dan memberi dukungan kepada penulis sejak awal hingga akhir skripsi. Terima kasih karena selalu memberi dukungan untuk menyelesaikan skripsi.

5. Segenap pihak dari PT Titus Tekform Indonesia khususnya HRD, *Operational Manager*, *Sales Manager*, dan *Sales Representative* perusahaan yang telah bersedia menjadi narasumber untuk memberikan berbagai informasi dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
6. Teman-teman di bangku kuliah yang telah mendukung penulis selama dinamika pembuatan skripsi ini. Terima kasih untuk motivasi dan inspirasinya. Sukses selalu untuk kalian semua.

Akhir kata, penulis sangat bersyukur atas pembuatan skripsi ini yang dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penelitian ini. Maka dari itu, penulis terbuka untuk menerima kritik dan saran yang membangun agar penelitian ini dapat berguna sebagai referensi bagi para akademisi dan peneliti lain.

Tangerang Selatan, 22 November 2021

Penulis,

Maria Monica Claudia

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *BUSINESS-TO-BUSINESS* DI MASA
PANDEMI COVID-19 DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
(Studi Kasus pada Usaha Perangkat Furnitur PT Titus Tekform Indonesia)**

ABSTRAK

Dalam mempertahankan suatu bisnis selama pandemi Covid-19, perusahaan membutuhkan strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan. Strategi komunikasi pemasaran *business-to-business* merupakan salah satu strategi yang tepat untuk mengirimkan berbagai pesan yang efektif demi mendorong terjadinya proses penjualan dan meningkatkan penjualan di tengah pandemi Covid-19. Strategi ini juga diterapkan oleh PT Titus Tekform Indonesia selama pandemi Covid-19 untuk menarik perhatian sasaran dalam meningkatkan penjualan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran *business-to-business* di masa pandemi Covid-19 dalam meningkatkan penjualan. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dalam menjelaskan strategi komunikasi pemasaran *business-to-business*. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Narasumber dalam penelitian ini diantaranya MP selaku HRD, A selaku *Operational Manager*, RA selaku *Sales Manager*, RP selaku *Sales Representative*, dan A selaku pelanggan dari perusahaan. Analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan strategi komunikasi pemasaran *business-to-business* di masa pandemi Covid-19 direncanakan dan dijalankan PT Titus Tekform Indonesia untuk meningkatkan penjualan melalui berbagai pemilihan keputusan diantaranya menetapkan tujuan komunikasi, memutuskan setiap komponen yang digunakan dalam bauran komunikasi, menentukan anggaran komunikasi, dan memilih strategi spesifik untuk setiap komponen dalam bauran komunikasi dalam aktivitas pemasaran.

Kata Kunci : strategi komunikasi pemasaran, *business-to-business*, Covid-19, meningkatkan penjualan, PT Titus Tekform Indonesia.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
1. Akademisi	11
2. Praktis	11
E. Kerangka Teori	12
1. Strategi Komunikasi Pemasaran	12
2. <i>Business-to-Business</i>	20
3. Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Business-to-Business</i>	24
F. Kerangka Konsep	43
G. Metodologi Penelitian.....	49
1. Jenis Penelitian.....	49
2. Objek dan Subjek Penelitian	50
3. Metode penelitian.....	50

4. Metode Analisis Data.....	52
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	55
A. Profil PT Titus Tekform Indonesia.....	55
B. Kondisi PT Titus Tekform Indonesia selama Pandemi Covid-19	57
C. Logo Titus Tekform Indonesia	62
D. Visi dan Misi PT Titus Tekform Indonesia	63
E. Struktur Organisasi PT Titus Tekform Indonesia.....	65
F. Produk PT Titus Tekform Indonesia	66
1. <i>Hinges & Dampers</i>	67
2. <i>Drawers & Runners</i>	68
3. <i>Furniture Fittings</i>	68
4. <i>Stefano Orlati Handles</i>	69
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
A. Hasil Penelitian dan Pembahasan	73
1. Strategi Komunikasi Pemasaran	73
2. <i>Business-to-Business</i>	80
3. Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Business-to-Business</i>	84
B. Analisis Hasil Penelitian	122
BAB IV PENUTUP.....	138
A. Kesimpulan.....	138
B. Saran	141
1. Saran Akademis	141
2. Saran Praktis	142
DAFTAR PUSTAKA	144
DAFTAR LAMPIRAN.....	151

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Elemen dalam Proses Komunikasi	17
Gambar 1. 2 Klasifikasi Barang dalam business-to-business	21
Gambar 1. 3 Outbound Communication System	30
Gambar 1. 4 Push and Pull Communication in a B2B Market	31
Gambar 1. 5 Communication Mix dan Proses Akuisisi Pelanggan	34
Gambar 2. 1 Surat Keterangan Operasional dan Mobilitas Kegiatan Industri.....	58
Gambar 2. 2 Logo PT Titus Tekform Indonesia	62
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi PT Titus Tekform Indonesia	65
Gambar 2. 4 Hinges & Dampers	67
Gambar 2. 5 Drawers & Runners	68
Gambar 2. 6 Furniture Fittings	69
Gambar 2. 7 Stefano Orlati Handles	69
Gambar 3. 1 Pengikut, Rating, dan Ulasan Toko e-commerce Perusahaan.....	89
Gambar 3. 2 Laman Website PT Titus Tekform Indonesia	93
Gambar 3. 3 Detail Produk.....	93
Gambar 3. 4 Layanan Pengiriman.....	93
Gambar 3. 5 Demo board	99
Gambar 3. 6 Iklan Tokopedia.....	101
Gambar 3. 7 Voucher Cashback Tokopedia	103
Gambar 3. 8 Voucher Hemat Ongkir	104
Gambar 3. 9 Leaflet Sale T-type 110 dan Glissando T	105
Gambar 3. 10 Leaflet Clearance Sale 60% off.....	106
Gambar 3. 11 Leaflet Clearance B-Type 110	107
Gambar 3. 12 Leaflet Sale DWD Drawer 145&182 Grey	108
Gambar 3. 13 Leaflet Clearance Sale S-Type 110	109
Gambar 3. 14 Leaflet Clearance Stefani Orlati “C” Handle	110
Gambar 3. 15 Leaflet DWD Drawer Glass Side 8mm Special Price.....	111
Gambar 3. 16 Harga DWD Drawer Glass.....	111
Gambar 3. 17 Special Offer with Special Price	113
Gambar 3. 18 Harga Promo Special Offer with Special Price	113
Gambar 3. 19 Leaflet Promo Set T-type Glissando 110	115
Gambar 3. 20 Skema Bauran Pemasaran di PT Titus Tekform Indonesia.....	116

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Interview Guide	151
Lampiran 2 Transkrip Wawancara dengan A	160
Lampiran 3 Transkrip Wawancara dengan MP	171
Lampiran 4 Transkrip Wawancara dengan RA.....	176
Lampiran 5 Transkrip Wawancara dengan RP	184
Lampiran 6 Transkrip Wawancara dengan Ambar	193
Lampiran 7 Surat Keterangan Operasional Dan Mobilitas Kegiatan Industri	194