

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* PT.
ZINKPOWER BATAM INDO DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN**

SKRIPSI



**Oleh
Yulinca Tanudjaya
131110013**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2017**

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* PT.
ZINKPOWER BATAM INDO DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Oleh
Yulinca Tanudjaya
131110013**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2017**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Batam, 9 Februari 2018

Yang Membuat Pernyataan,

Yulinca Tanudjaya

131110013

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* PT.
ZINKPOWER BATAM INDO DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**

**Oleh
Yulinca Tanudjaya
131110013**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 9 Februari 2018

**Angel Purwanti, S. Sos., M.I.Kom
Pembimbing**

ABSTRAK

Pelanggan adalah aset yang paling berharga pada setiap perusahaan. Perusahaan akan mengupayakan berbagai cara agar pelanggan-pelanggan memiliki loyalitas pada perusahaan. Loyalitas memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan seperti pembelian berulang dan rekomendasi kepada pihak lainnya. Perusahaan-perusahaan terus mengembangkan inovasi untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang dapat menjaga loyalitas pelanggan. Penelitian dilakukan di PT. Zinkpower Batam Indo yang beralamat di Jl. Brigjend Katamso KM 6,2 Tanjung Uncang, Batam. Perusahaan ini merupakan pionir perusahaan galvanis di Batam dan telah terbukti memiliki hasil pengerjaan galvanis dengan kualitas tinggi. PT. Zinkpower Batam Indo adalah anak perusahaan Kopf Group yang bergerak di bidang sejenis dan tersebar di seluruh dunia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi-strategi apa saja yang diterapkan *Marketing Public Relations* PT. Zinkpower Batam Indo dalam menjaga loyalitas pelanggannya. Penelitian dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Pengumpulan data menggunakan metode *depth interview*, observasi partisipan dan dokumentasi. Dari penelitian ini ditemukan bahwa *Marketing Public Relations* PT. Zinkpower Batam Indo menggunakan *3 ways strategies* yang terdiri dari *Push, Pull & Pass Strategy* dalam menjalankan tugasnya, salah satu contohnya adalah menjadi peserta pameran perusahaan minyak & gas, penyebaran angket kepuasan pelanggan dan penyediaan *one stop service* yang sangat memudahkan para pelanggan. Pelaksanaan *push, pull & pass strategy* terbukti dapat mempertahankan loyalitas pelanggan seperti pembelian antarlini jasa, kekebalan terhadap pesaing dan lamanya berlanggan.

Kata Kunci: Loyalitas, *Marketing Public Relations*, Strategi.

ABSTRACT

Customer is the most important asset for every company. Company will always trying to find various ways to maintain customer loyalty. Customer loyalty gives company many benefits such as repeat purchase and recommendation to third party. This makes many companies always try figure out the ways to maintain customer loyalty. This research is held in PT. Zinkpower Batam Indo in Jl. Brigjend Katamso KM 6,2 Tanjung Uncang, Batam. This company is pioneer of galvanizing plant in Batam and proven to have high quality of galvanizing. PT. Zinkpower Batam Indo is subsidiary of Kopf Group, a mother company with the same field. This research aims to determine PT. Zinkpower Batam Indo Marketing Public Relations's strategy to maintain their customer loyalty. The method used is descriptive qualitative approach. Data collection technique in this research using depth interview, participant observation & documentation. Result from this research is PT. Zinkpower Batam Indo's Marketing Public Relations is using 3 ways strategies (push, pull & pass strategy) to maintain the loyalty. One of this strategy implement is company be participant of oil & gas company expo, customer satisfaction survey, and provides one stop service which greatly facilitates the customer. Implementation of push, pull & pass strategy proved can maintain the loyalty such as inter-service purchase, immunity against competitor and duration of subscription.

Keywords: Loyalty, Marketing Public Relations, Strategy.

KATA PENGANTAR

Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam, Ibu Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI;
2. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Ibu Ageng Rara Cindoswari, S.P., M.Si.
3. Ibu Angel Purwanti, S.Sos., M.I.Kom selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam;
4. Dosen-dosen Prodi ilmu komunikasi
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Teman-teman Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam angkatan 2013
7. Orang Tua penulis, Bapak Hardi Tanudjaja dan Ibu Mui Im
8. Suami Penulis, Angga Hermawan
9. Ibu Lisa Mok, Bapak Chalmon Sipakkar, Bapak Karno Barkah, Bapak Arifin Saputra dan Ms. Xin Yi yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini
10. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 9 Februari 2018

Yulinca Tanudjaya

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian	13
1.3. Rumusan Masalah	14
1.4. Tujuan Penelitian.....	14
1.5. Manfaat Penelitian.....	14
1.5.1. Manfaat secara Teoritis	14
1.5.2. Manfaat secara praktis.....	14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1. Kajian Teoritis	16
2.1.1. <i>Marketing</i> (Pemasaran)	16
2.1.2. <i>Public Relations</i>	16
2.1.3. <i>Marketing Public Relation</i>	18
2.1.4. Loyalitas.....	23
2.1.5. Teori Kepuasan Pelanggan.....	26
2.1.6. Teori Tiga Taktik (<i>Three Ways Straregies</i>)	28
2.2. Penelitian Terdahulu.....	29

2.2.1.	Taufiq Hidayat. 2015. Pengaruh <i>Marketing Public Relations</i> terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Bandung	29
2.2.2.	Rina Setyahesti. 2012. Strategi <i>Marketing Public Relations</i> dalam Membentuk Citra Perusahaan di Mata <i>Customer</i> (Studi Kualitatif Deskriptif pada MJ Travel Malang).	29
2.2.3.	Juan Soleman, Silvy L. Mandey, Silcyjeova Moniharapon. 2015. Pengaruh Dimensi Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan Otomoto Manado	30
2.2.4.	Ioanna Papasolomou, Alkis Thrassou, Demetris Vrontis, Majka Sabova. 2014. <i>Marketing Public Relations: A Consumer-focused Strategic Perspective</i>	30
2.2.5.	Agung Rezkina Pramesti. 2012. Strategi <i>Marketing Public Relations</i> Telkomsel Surakarta dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan.....	31
2.2.6.	Tri Akbar, Zainul Arifin & Edy Yulianto. 2014. Pengaruh <i>Marketing Public Relations</i> terhadap Citra Perusahaan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Toyota Auto 2000 Jl. Letjen Sutoyo No. 25, Malang)	31
2.2.7.	Tien-Chin Wang, Muhammad Ghalih & Glen Andrew Porter. 2017. <i>Marketing Public Relations Strategies to Develop Brand Awareness of Coffee Product</i>	32
2.3.	Kerangka Konseptual	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		41
3.1.	Jenis Penelitian	41
3.2.	Sumber Data	42
3.2.1.	Sumber data primer	42
3.2.2.	Sumber data sekunder	43
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	43
3.3.1.	Wawancara Mendalam	43
3.3.2.	Observasi Partisipan	44
3.3.3.	Dokumentasi	47
3.4.	Instrumen Penelitian	48

3.5.	Metode Analisa.....	48
3.6.	Uji Validalitas dan Kredibilitas Data.....	50
3.6.1.	Uji Validalitas	50
3.6.2.	Uji Transferability	52
3.6.3.	Uji <i>Dependability</i> dan <i>Confirmability</i>	52
3.7.	Waktu Penelitian	53
BAB IV	PEMBAHASAN.....	55
4.1.	Hasil Penelitian.....	55
4.1.1.	Profil Penelitian.....	55
4.1.1.1.	Sejarah PT. Zinkpower Batam Indo	55
4.1.1.2.	Produk PT. Zinkpower Batam Indo	56
4.1.1.3.	Lokasi PT. Zinkpower Batam Indo	59
4.1.1.4.	Visi PT. Zinkpower Batam Indo	60
4.1.1.5.	Misi PT. Zinkpower Batam Indo.....	61
4.1.1.6.	Struktur Organisasi PT. Zinkpower Batam Indo.....	62
4.1.1.7.	Logo PT. Zinkpower Batam Indo	64
4.1.1.8.	Filosofi PT. Zinkpower Batam Indo	65
4.1.1.9.	Proses <i>Hot Dip Galvanize</i> PT. Zinkpower Batam Indo ..	66
4.1.2.	Deskripsi Hasil Penelitian	69
4.1.1.10.	Deskripsi Hasil Wawancara (<i>Depth Interview</i>).....	70
4.1.1.10.1.	Wawancara dengan Lisa Mok (Marketing Manager PT. Zinkpower Batam Indo)	70
4.1.1.10.2.	Wawancara dengan Chalmon Sipakkar (<i>Production Manager</i> PT. Zinkpower Batam Indo)	73
4.1.1.10.3.	Wawancara dengan Karno Barkah (<i>Project Material Coordinator</i> PT. Wasco Engineering Indonesia)	78
4.1.1.10.4.	Wawancara dengan Arifin Saputra (<i>Commercial Officer</i> PT. Marcopolo Shipyard)	81

4.1.1.10.5. Wawancara dengan Eng Xin Yi (<i>Purchasing</i> Van Joo Engineering & Trading Pte Ltd)	83
4.1.1.11. Deskripsi Hasil Observasi Partisipan	85
4.1.1.12. Deskripsi Hasil Dokumentasi	87
4.1.3. Strategi <i>Marketing Public Relations</i> PT. Zinkpower Batam Indo ..	89
BAB V PENUTUP	107
5.1. Simpulan	107
5.2. Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN 1 PENDUKUNG PENELITIAN	113
LAMPIRAN 2 DAFTAR RIWAYAT HIDUP	150
LAMPIRAN 3 SURAT IJIN PENELITIAN	151

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Jumlah Penjualan Tahun 2014 – 2016.....	5
Gambar 1.2. Contoh Modul di Laut Lepas	6
Gambar 1.3.PT. Zinkpower Batam Indo & Zinkpower Singapore Pte Ltd	6
Gambar 3.2. Triangulasi Sumber	51
Gambar 3.3. Triangulasi Teknik	51
Gambar 3.4. Triangulasi Waktu	52
Gambar 4.1. Martin Kopf (kiri) dan Willi Kopf (kanan)	55
Gambar 4.2. Struktur Bangunan yang Memakai Besi Galvanis	58
Gambar 4.3. Jembatan yang Memakai Besi Galvanis.....	58
Gambar 4.4. Sistem Kabel yang Memakai Besi Galvanis	58
Gambar 4.5. Peta Lokasi PT. Zinkpower Batam Indo	59
Gambar 4.6. Motto PT. Zinkpower Batam Indo	60
Gambar 4.7. Visi PT. Zinkpower Batam Indo	61
Gambar 4.8. Struktur Organisasi PT. Zinkpower Batam Indo.....	62
Gambar 4.9. Logo Perusahaan PT. Zinkpower Batam Indo	64
Gambar 4.11. Proses <i>Hot Dip Galvanize</i>	68
Gambar 4.12. Proses <i>Hot Dip Galvanize</i>	68
Gambar 4.13 Flowchart Proses Hot Dip Galvanize	69
Gambar 4.14. Wawancara dengan Ibu Lisa Mok.....	73
Gambar 4.15. Wawancara dengan Bapak Chalmon Sipakkar	78
Gambar 4.16. Wawancara dengan Bapak Arifin Saputra	83
Gambar 4.17. Wawancara dengan Eng Xin Yi	85
Gambar 4.18. <i>Company Profile</i> PT. Zinkpower Batam Indo	87
Gambar 4.19. <i>Management Review</i> PT. Zinkpower Batam Indo	87
Gambar 4.20. Angket Kepuasan Pelanggan PT. Zinkpower Batam Indo.....	88
Gambar 4.21. Laporan Galvanis Pelanggan periode 1 Juli 2013 – 4 Oktober 2016	88
Gambar 4.22. Standar Galvanis PT. Zinkpower Batam Indo	90
Gambar 4.23. Permintaan Penawaran dari Calon Pelanggan.....	92
Gambar 4.24. Permintaan Audit dari Calon Pelanggan	93

Gambar 4.25. Partisipasi dalam Kegiatan Asosiasi Galvanis Indonesia.....	94
Gambar 4.26. Pembuatan Rapat Bisnis dengan <i>Commercial</i> Pelanggan.....	94
Gambar 4.27. Informasi Pameran <i>Oil & Gas Company</i>	95
Gambar 4.28. <i>Stand</i> PT. Zinkpower Batam Indo dalam Pameran <i>Oil & Gas Company</i> di Jakarta tahun 2015.....	95
Gambar 4.30. Situs Resmi Zinkpower KOPF Group & PT. Zinkpower Batam Indo	96
Gambar 4.31. Penyebaran Angket Kepuasan Pelanggan via Email.....	97
Gambar 4.32. Survei Kepuasan Pelanggan tahun 2017	98
Gambar 4.33. <i>Management Review</i> Periode Oktober 2015 – September 2016	99
Gambar 4.34. Penanganan Keluhan dari Pelanggan	101
Gambar 4.35. Pemberian Diskon pada Pelanggan	101
Gambar 4.36. Layanan PT. Zinkpower Batam Indo	103
Gambar 4.37. Papan Bunga untuk Peresmian Kapal Pelanggan.....	104
Gambar 4.38. Ucapan Terima Kasih dari Pelanggan.....	105
Gambar 4.39. Kalender Dinding Zinkpower	106

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Daftar Pelanggan PT. Zinkpower Batam Indo.....	3
Tabel 1.2. Daftar Pelanggan Setia PT. Zinkpower Batam Indo.....	7
Tabel 1.3. Perbedaan <i>Public Relations dan Marketing</i>	10
Tabel 2.1. <i>Review</i> Perbedaan Hasil Penelitian Sejenis	33
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	54
Tabel 4.1. Tabel Hasil Kegiatan Observasi.....	86