

## ABSTRAKSI

Condrodewi Puspitasari (13/355822/PSP/04799)

Judul Thesis: Strategi Komunikasi Bisnis Pertamina (Studi Kasus pada Fungsi *Industrial Fuel Marketing* di Wilayah Riau Tahun 2015)

ix + 87 halaman

thesis ini menggunakan tipe penelitian kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Teknik penyajian data yang digunakan adalah eksplanatoris dengan teknik analisis data menggunakan penjadohan pola dan analisis deret waktu. Proposisi dalam penelitian ini adalah “Terdapat hubungan antara penggunaan strategi komunikasi bisnis fungsi *Industrial Fuel Marketing* Pertamina wilayah Riau dengan peningkatan volume penjualan BBM di wilayah tersebut”. Sementara Obyek penelitian dalam thesis ini adalah PT. Pertamina fungsi *Industrial Fuel Marketing* (IFM) wilayah Riau dan PT. First Resources Group (PT. FRG) selaku konsumen PT. Pertamina di Wilayah Riau. Fungsi IFM PT. Pertamina memiliki tugas menangani semua usaha marketing dan komunikasi layanan jual BBM kepada konsumen industry dan marine.

Fungsi IFM PT. Pertamina di wilayah Riau dari yang sebelumnya ditangani oleh dua *Sales Executive* saat ini terjadi perubahan dengan hanya ditangani oleh satu *Sales Executive* saja. Oleh karena itu, penelitian ini ingin meneliti bagaimanakah dinamika komunikasi bisnis yang terjadi antara Pertamina fungsi *Industrial Fuel Marketing* dengan konsumen di wilayah kerja Riau. Serta ingin melihat bagaimanakah strategi komunikasi bisnis Pertamina Fungsi *Industrial Fuel Marketing* untuk mempertahankan konsumen di wilayah kerja Riau.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dinamika komunikasi bisnis yang terjadi antara Pertamina Fungsi *Industrial Fuel Marketing* dengan konsumen di wilayah kerja Riau ditandai dengan keberhasilan Pertamina menjalin hubungan kemitraan jangka panjang kepada customernya. Hal ini karena adanya komunikasi yang baik antara Pertamina dengan agen maupun dengan *end user customer*-nya. Berbagai program dan pelayanan Pertamina dikomunikasikan melalui metode dan media yang sesuai dengan *customer*.

Strategi komunikasi bisnis yang digunakan Pertamina Fungsi *Industrial Fuel Marketing* dilakukan dengan berkoordinasi dengan berbagai pihak internal dan eksternal. Terdapat perbedaan strategi setelah terjadi penggabungan *Sales Executive* menjadi satu yang berpengaruh terhadap PT. FRG sebagai konsumennya, yakni komunikasi dan respon Pertamina menjadi lebih cepat dan intensif. Selain itu, perintah hanya dipegang oleh satu *Sales Executive* oleh karena itu, koordinasi kebijakan menjadi lebih mudah. Selain itu, agen juga menjadi lebih patuh dan aktif. Akibat dari perubahan kebijakan tersebut, pelayanan dan komunikasi bisnis Pertamina fungsi IFM mampu meningkatkan pembelian dan loyalitas PT. FRG terhadap Pertamina.

## ABSTRACT

Condrodewi Puspitasari (13/355822/PSP/04799)

Thesis Title: COMMUNICATION BUSINESS STRATEGY OF PERTAMINA  
(Case Study on the Function of Industrial Fuel Marketing in Riau Region 2015)

ix + 87 pages

This research uses the type of qualitative research with case study research method. The data presentation technique used is explanatory with data analysis technique using pattern matching and time series analysis. The proposition in this study is "There is a relevance between the use of communication business strategy function of Industrial Fuel Marketing Pertamina Riau region with the increase of sales of holding capacity of fuel oil in the region". While the object of research in this thesis is PT. Pertamina function of Industrial Fuel Marketing (IFM) Riau region and PT. First Resources Group (PT FRG) as the consumer of PT. Pertamina in Riau Region. IFM Function PT. Pertamina has the duty of handling all marketing and communication business of selling service of fuel oil to industry and marine consumer.

IFM Function PT. Pertamina in the Riau region from which previously handled by two Sales Executives is currently changing with only handled by one Sales Executive only. Therefore, this research would like to examine how the dynamics of business communications that occur between Pertamina Fuel Marketing function with consumers in the Riau working area. And want to take a look at how Pertamina's business communication strategy Function of Industrial Fuel Marketing to preserve consumers in Riau working area.

The results of this study indicate that the dynamics of business communications that occur between Pertamina Function Industrial Fuel Marketing with consumers in the Riau work area is marked by the success of Pertamina to establish long-term partnership relationship to its customers. And, good communication between Pertamina with the agent and with the end user of his customer is the reason. Many of various programs and services provide by Pertamina, had been communicated through methods and media in accordance with the customer.

The business communication strategy used by Pertamina The function of Industrial Fuel Marketing is done by coordinating with various internal and external parties. There is a difference of strategy come up after the merger of Sales Executive into one that affect PT. FRG as a consumer, such as communication and Pertamina's response becomes faster and more intensive. In addition, orders are only held by one Sales Executive therefore, policy coordination becomes easier. In addition, agents also become more obedient and active. As a result of these policy changes, Pertamina's business services and communications function IFM is able to increase purchasing and loyalty of PT. FRG against Pertamina.