

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR	viii
ABSTRAKSI	ix
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Kerangka Pemikiran	9
F. Metode Penelitian	11
1. Tipe Penelitian	11
2. Teknik Pengumpulan Data	11
3. Teknik Penyajian Data	12
4. Teknik Analisis Data	12
BAB II. KERANGKA TEORI	14
A. Komunikasi Pemasaran dan Komunikasi Bisnis	14
B. Strategi Komunikasi Bisnis	16
C. Dinamika Komunikasi Bisnis	19
D. Komunikasi <i>Business to Business</i>	23
E. Komunikasi Bisnis dengan Konsumen	24
BAB III. OBYEK PENELITIAN	26
A. Deskripsi Objek Penelitian	26
1. Pertamina	26

2. PT. First Resources Group (PT. FRG)	27
--	----

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS 29

A. Hasil Penelitian

1. Dinamika Komunikasi Bisnis yang Terjadi antara Pertamina Fungsi *Industrial Fuel Marketing* dengan Konsumen di wilayah kerja Riau

a. Dinamika pada Pemasaran Produk Pertamina

b. Dinamika pada Fungsi *Industrial Fuel Marketing* Pertamina

c. Dinamika yang Dihadapi *Sales Executive Industry & Marine*

2. Strategi Komunikasi Bisnis Pertamina Fungsi *Industrial Fuel Marketing* untuk Mempertahankan Konsumen di Wilayah kerja Riau

a. Komunikasi Internal

b. Komunikasi Eksternal

B. Analisis

BAB V. PENUTUP 64

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA 66

Lampiran 1. Interview dengan SE Pertamina wilayah Riau 69

Lampiran 2. Interview dengan PT. First Resources Group (PT. FRG) 83

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Gambar 1. Market Share pada Tahun 2014	5
Gambar 2. Market Share pada Tahun 2015	6
Gambar 3. Bagan Kerangka Penelitian	10
Gambar 4. Bagan Alir Transaksi Tunai di Pertamina	32
Gambar 5. Bagan Alir Transaksi Kredit di Pertamina	33
Gambar 6. Bagan Struktur Organisasi Pertamina	35
Tabel 1. Tugas, tanggungjawab dan tugas akhir <i>Sales Executive Industry & Marine</i>	36
Tabel 2. Parameter dalam KPI di Pertamina	40
Tabel 3. Perbandingan Dinamika Komunikasi Pertamina dengan PT. FRG.....	53
Tabel 4. Realisasi pembelian BBM PT. FRG kepada Pertamina tahun 2014.....	54
Tabel 5. Realisasi pembelian BBM PT. FRG kepada Pertamina tahun 2015	55



STRATEGI KOMUNIKASI BISNIS PERTAMINA (Studi Kasus pada Fungsi Industrial Fuel Marketing di Wilayah

Riau Tahun 2015)

CONDRODEWI P, Prof. Nunung Prajarto, M.A., Ph.D; Dr. Muhamad Sulhan, M.Si

Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>