

**STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA
PT. DEWI SAMUDRA KUSUMA SURAKARTA**



Tugas Akhir Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Ahli Madya

Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran

Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta

Oleh :

Erlangga Andy Rosyid

F320031

PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SEBELAS MARET

SURAKARTA

2013

ABSTRAK**STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA
PERUSAHAAN PT. DEWI SAMUDRA KUSUMA SURAKARTA****ERLANGGA ANDY ROSYID****F3210031**

Penelitian ini berjudul “STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PT. DEWI SAMUDRA KUSUMA SURAKARTA”. Tujuan diadakannya penelitian ini adalah mengetahui strategi promosi yang digunakan PT. Dewi Samudra Kusuma Surakarta untuk meningkatkan penjualan produknya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan kepustakaan.

Kegiatan promosi sangat berpengaruh bagi peningkatan penjualan perusahaan, oleh karena itu kegiatan promosi sangat diperhatikan oleh perusahaan untuk mencapai hasil yang optimal. Dengan promosi perusahaan dapat memberikan informasi mengenai produk dengan baik kepada konsumen. Promosi juga dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai target penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Promosi yang digunakan perusahaan adalah *personal selling*, promosi penjualan dan hubungan masyarakat.

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah *personal selling* yang dilakukan perusahaan adalah dengan menempatkan karyawan yang di *showroom*, promosi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan mengikut pameran dagang, kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam hubungan masyarakat adalah pensponsoran acara-acara tertentu.

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi promosi pada PT. Dewi Samudra Kusuma penulis memberikan saran sebagai berikut: untuk ke depannya diharapkan perusahaan menggunakan promosi melalui periklanan, hendaknya perusahaan menambah intensitas kegiatan *personal selling*, sebaiknya perusahaan membuat anggaran dana promosi dan rencana promosi yang akan dilakukan setiap tahunnya, agar perusahaan dapat tetap bertahan dan semakin berkembang dalam persaingan, maka hendaknya tetap mempertahankan kualitas produk yang telah ada dan berusaha meningkatkan kualitas produk untuk jangka waktu kedepan serta membuat inovasi dan dengan menambah variasi produk.

Kata kunci : Strategi Promosi

ABSTRACT

PROMOTION STRATEGY TO INCREASE SALES IN

PT. DEWI SAMUDRA KUSUMA COMPANY SURAKARTA

ERLANGGA ANDY ROSYID

F3210031

This research entitled : PROMOTION STRATEGY TO INCREASE SALES IN PT. DEWI SAMUDRA KUSUMA COMPANY SURAKARTA". The objectives of this research were to determine the promotional strategies and the level of success in promotional strategies used by PT. Dewi Samudra Kusuma Company Surakarta to increase the sales. The methods used in this study were interview, observation, and literature.

The promotional activity is very influential for increased sales of the company. Therefore, promotional activity is concerned by the company to achieve optimal result. By doing the promotion, the company can provide information about its products to the consumer well. Promotion can also used as a tool to achieve sales targets set by the company. The promotions used by PT. Dewi Samudra Kusuma Company Surakarta are personal selling, sales promotion and public relations.

The conclusion from this research are personal selling process done by the company is by placing employees in the showroom, promotion sales done by company is by joining the trade show The activities conducted by public relations is in the form of sponsorship in certain events.

Based on the result of this, the author gives suggestions as follows: For the future, PT. Dewi Samudra Kusuma Company Surakarta is expected to use promotional activities through advertising, the company should increase the intensity of personal selling activities, It is better that company make promotional budget and promotional plans that will be done every year, company should maintain the quality of existing product and try to improve the quality of the product for a period ahead and make innovations by increasing product variety in order to the company can survive and thrive in competitive.

Keyword : Promotion Strategy

PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul :

**“STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA
PT. DEWI SAMUDRA KUSUMA SURAKARTA”**

Surakarta, 02 Juli 2013

Telah Disetujui dan diterima oleh dosen Pembimbing



Drs. Djoko Purwanto, MBA


NIP. 1955901161985031004

HALAMAN PENGESAHAN




Tim Penguji Tugas Akhir

1. Pram Suryanadi, SE, M.Si
NRP. 320800001


Penguji

1. Drs. Djoko Purwanto, MBA
NIP. 1955901161985031004


Pembimbing

MOTTO

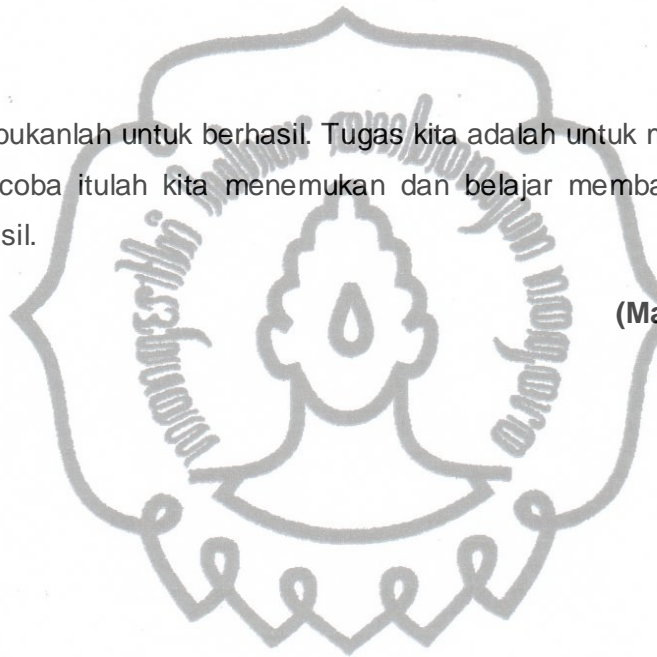
Jadilah seseorang yang dibuatkan rumah oleh Allah di Surga kelak karena menjadi pribadi yang bermanfaat untuk orang lain.

(Mario Teguh)

You can do it, if you think you can do it.

Tugas kita bukanlah untuk berhasil. Tugas kita adalah untuk mencoba, karena di dalam mencoba itulah kita menemukan dan belajar membangun kesempatan untuk berhasil.

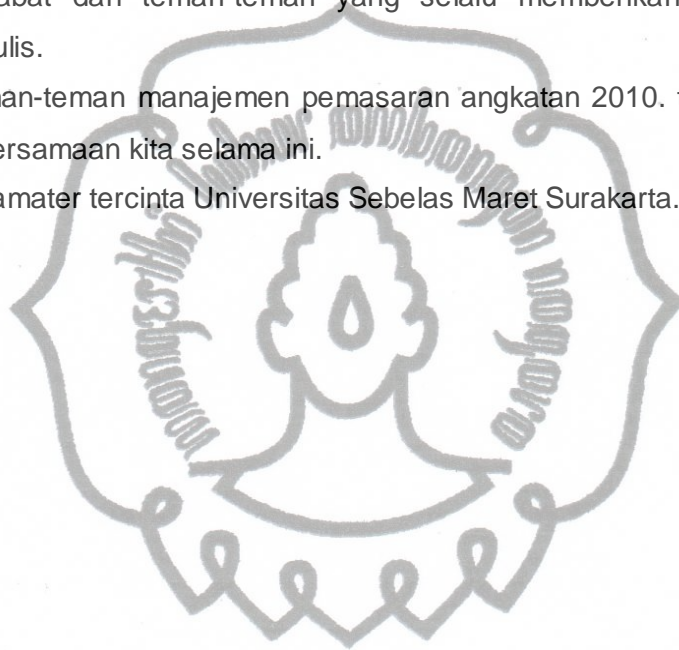
(Mario Teguh)



PERSEMBAHAN

Dengan ketulusan Tugas Akhir ini ku persembahkan kepada :

1. Ibu dan Bapak tercinta atas dukungan moriil maupun materiil serta kasih sayang yang tidak akan pernah pupus sampai kapanpun dan ketulusan yang tak akan pernah terbalaskan meskipun dengan limpahan harta.
2. Sahabat dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan bagi penulis.
3. Teman-teman manajemen pemasaran angkatan 2010. terima kasih atas kebersamaan kita selama ini.
4. almamater tercinta Universitas Sebelas Maret Surakarta.



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya serta junjungan Nabi besar Muhammad SAW, yang kita nanti syafa'atnya di akhir zaman kelak. Atas izin Allah SWT, penulis akhirnya dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan judul "STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKA PENJUALAN PADA PT. DEWI SAMUDRA KUSUMA SURAKARTA"

Meskipun disampaikan secara sederhana namun di dalam Tugas Akhir ini disertakan penjabaran-penjabaran serta hasil penelitian di Perusahaan tersebut ditujukan dengan harapan akan memberikan penjelasan dengan sejelas-jelasnya, sehingga tidak ada lagi keraguan di dalamnya.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis banyak mengalami kesulitan, oleh karena itu penulis menyadari bahwa tanpa bantuan serya dorongan dari berbagai pihak, penyusunan Tugas Akhir ini tidak akan selesai, maka dengan segenap kerendahan dan ketulusan hati. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Wisnu Untoro, M.S, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Drs. Harmadi, MM, selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Drs. Djoko Purwanto, MBA, selaku Pembimbing dalam penulisan Tugas Akhir ini, yang telah meluangkan waktu dalam penyelesaian penulisan Tugas Akhir ini.
4. Segenap dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta, khususnya dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
5. Bapak Mugiyanto, selaku Pimpinan Personalia PT. DEWI SAMUDRA SURAKARTA yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk pelaksanaan magang kerja

6. Para staf karyawan PT. DEWI SAMUDRA KUSUMA SURAKARTA yang telah membantu penulis dalam proses penelitian, terutama dalam hal pengumpulan data penelitian.
7. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu demi terselesaikannya Laporan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini jauh dari sempurna, karena keterbatasan penulis dalam pengembangan serta pengetahuan yang penulis miliki. Semoga Laporan Tugas Akhir ini berguna untuk menambah pengetahuan bagi semua pihak khususnya bagi penulis sendiri.

Semoga Allah SWT selalu memberikan pertolongan, anugrah yang baik dan segala berkah-Nya atas bimbingan dan bantuan semua pihak yang telah membantu penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir ini serta semoga dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Surakarta, Juli 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Metode Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Definisi Strategi	10
B. Pemasaran	11
1. Definisi Pemasaran	11
2. Konsep Pemasaran	12
3. Strategi Pemasaran	13
4. <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	16

C. Promotional Mix	19
D. Kebijakan dan Strategi Pemasaran	26
E. Perilaku Konsumen	28
F. Alternatif Strategi	33
G. Kerangka Berpikir.....	36
BAB III PEMBAHASAN	30
A. Gambaran Umum Perusahaan	30
1. Sejarah Umum Perusahaan	38
2. Struktur Organisasi.....	39
3. Kegiatan Pemasaran.....	49
B. Laporan Hasil Magang.....	52
1. Lokasi Magang.....	52
2. Jangka Waktu Magang Kerja.....	52
3. Kegiatan Magang Kerja.....	52
C. PEMBAHASAN.....	53
1. Promosi yang Diterapkan Oleh Perusahaan PT. Dewi Samudra Kusuma Surakarta	53
2. Pengaruh Biaya Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan	55
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran.....	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Data Penjualan	49
Tabel III.2 Data Biaya Promosi Perusahaan	56
Tabel III.3 Data Perubahan Penjualan Perusahaan	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Berpikir	36
Gambar III.1 Struktur Organisasi.....	47
Gambar III.2 Alur Proses Produksi.....	48

