



**PELAKSANAAN STRATEGI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN LABA PADA PT. RUMAH BALON SEMARANG**

Tugas Akhir

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan pendidikan Diploma III
Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

Universitas Diponegoro

Semarang

Penyusun :

HENDRICUS RADITE

14020312060047

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2017

PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Pelaksanaan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Laba Pada
PT. Rumah Balon Semarang

Nama Penyusun : Hendricus Radite

NIM : 14020312060047

Program Studi : Manajemen Pemasaran

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Diploma III

Semarang, 2017

Dekan

Wakil Dekan I

Dr. Sunarto, M.Si

Dr. Hedi Pudjo Santosa, M.Si

NIP. 19660727.199203.1.001

NIP. 196105.198902.1.002

Dosen Pembimbing

Drs. Handoyo Djoko W, M.Si

(.....)

Dosen Penguji

1. Agung Budiarmo, S.Sos, M.M

(.....)

2. Drs. Handoyo Djoko W, M.Si

(.....)

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap : Hendricus Radite
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14020312060047
3. Tempat / Tanggal Lahir : Semarang, 28 April 1993
4. Jurusan / Program Studi : D-III Manajemen Pemasaran
5. Alamat : Jl. Bukit Cemara Permai DM 6, Semarang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi / TA) yang saya tulis berjudul :

**Pelaksanaan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Laba Pada PT.
Rumah Balon Semarang**

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil jiplakan karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 4 Agustus 2017

Pembuat Pernyataan;

Hendricus Radite

NIM.14020312060047

MOTTO

“Doing what you love is freedom, Loving what you do is happiness”

Lana Del Rey

“If you ever need anything please don't hesitate to ask someone else first”.

Kurt Cobain

Persembahan

Karya sederhana ini kupersembahkan untuk :

1. Bapak dan Ibu di Surga.
2. Rosalia Oktavina Vysma

ABSTRAK

Banyaknya perusahaan jasa dekorasi dan peralatan pesta sekarang ini, mengakibatkan konsumen semakin teliti dan kritis dalam memilih jasa dekorasi dan peralatan pesta yang sesuai dengan kebutuhannya. PT. Rumah Balon merupakan perusahaan jasa dekorasi dan peralatan pesta yang cukup terkenal di Kota Semarang yang menyediakan jasa dekorasi khususnya pesta seperti dekorasi panggung, pembuatan styrofoam dekorasi serta berbagai macam dekorasi balon.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran 4P yaitu Product, Price, Promotion, Place yang dilakukan PT. Rumah Balon. Metode yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah deskriptif dan cara yang digunakan untuk memperoleh data adalah wawancara dengan pihak yang bersangkutan serta studi kepustakaan.

Hasil dari penelitian penulis, diperoleh hasil mengenai pelaksanaan seluruh strategi pemasaran 4P yaitu strategi produk, strategi harga, strategi promosi dan strategi distribusi (place) yang sudah dilaksanakan PT. Rumah Balon.

Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan, pelaksanaan strategi pemasaran PT. Rumah Balon sudah dilakukan dengan baik namun perlu adanya peningkatan di seluruh faktor 4P tersebut.

Kata kunci : Strategi Produk, Strategi Harga, Strategi Promosi,
Strategi Distribusi (place)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Pelaksanaan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Laba Pada PT. Rumah Balon Semarang.”

Adapun maksud dari penyusunan Tugas Akhir ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.

Dalam kesempatan ini penulis menghaturkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Sunarto, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.
2. Bapak Agung Budiarmo S.Sos, M.M, selaku Ketua Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.
3. Bapak Drs. Handoyo Djoko W, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran dan petunjuk dalam pembuatan tugas akhir ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
5. Rosalia Oktavina Vysma yang telah membantu dan memotivasi penulis dalam menyusun Tugas Akhir ini.
6. Keluarga Bapak Ibu Didik, Vani dan Vino.
7. Keluarga eks kontrakan naga hitam : Gentur, Philip, Gemblong, Sesko, Sony, Piter, Demit.
8. Teman seperjuangan dalam menyusun Tugas Akhir ini Ega Dirda dan Fuad Maulana.
9. Teman – teman DIII Manajemen Pemasaran angkatan 2012 yang telah memberikan saran dan semangat dalam penyusunan Tugas Akhir.

10. Teman – teman dunia twitter yang selalu mendukung @nobichan @omitvomit dan @GelarPrakosa.
11. Seluruh karyawan PT. Rumah Balon, terima kasih atas bantuannya,
12. Keluarga PRMK Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini tentunya banyak kekurangan, untuk itu penulis mengharap kritik dan saran.

Semarang, 14 Juni 2017

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|-----------------------------------------------------------|-----------|
| HALAMAN PENGESAHAN..... | i |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | ii |
| HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | iii |
| ABSTRAK..... | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| DAFTAR ISI..... | vi |
| DAFTAR TABEL..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR..... | ix |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah..... | 3 |
| 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian..... | 4 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian..... | 5 |
| 1.3.2 Manfaat Penelitian..... | 6 |
| 1.4 Tinjauan Pustaka..... | 6 |
| 1.4.1 Pengertian Pemasaran..... | 6 |
| 1.4.2 Pengertian Strategi Pemasaran..... | 9 |
| 1.4.3 Strategi Produk..... | 11 |
| 1.4.4 Strategi promosi..... | 14 |
| 1.4.5 Strategi harga..... | 22 |
| 1.4.6 Strategi distribusi..... | 25 |
| 1.4.7 Laba..... | 25 |
| 1.5 Metodologi Penelitian..... | 27 |
| 1.5.1 Lokasi Penelitian..... | 27 |
| 1.5.2 Jenis Data..... | 27 |
| 1.5.3 Teknik Pengumpulan Data..... | 28 |
| 1.5.4 Metode Analisis Data..... | 29 |
| BAB II GAMBARAN UMUM PT. RUMAH BALON SEMARANG..... | 30 |
| 2.1 Sejarah PT. Rumah Balon Semarang..... | 30 |
| 2.2 Logo PT. Rumah Balon Semarang..... | 31 |

| | |
|-------------------------------------------------------|----|
| 2.3 Struktur Organisasi PT. Rumah Balon Semarang..... | 31 |
| 2.3.1 Tugas dan Tanggung Jawab..... | 33 |
| 2.4 Visi dan Misi PT. Rumah Balon Semarang..... | 35 |
| 2.5 Lokasi PT. Rumah Balon Semarang..... | 35 |
| 2.6 Produk PT. Rumah Balon Semarang..... | 36 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------|
| BAB III PELAKSANAAN STRATEGI PEMASARAN PADA PT. RUMAH BALON SEMARANG | .41 |
| 3.1 Strategi Produk..... | 41 |
| 3.1.1 Strategi Positioning Produk..... | 42 |
| 3.1.2 Strategi Produk Baru..... | 44 |
| 3.1.3 Kemitraan..... | 45 |
| 3.2 Strategi Harga..... | 45 |
| 3.3 Strategi Promosi..... | 47 |
| 3.3.1 Strategi Penjualan Personal..... | 48 |
| 3.3.2 Strategi Iklan..... | 49 |
| 3.3.3 Strategi Publisitas..... | 50 |
| 3.3.4 Strategi Promosi Penjualan..... | 51 |
| 3.3.5 Tujuan Promosi Penjualan..... | 52 |
| 3.4 Strategi Distribusi..... | 53 |

| | |
|--------------------------------|----|
| BAB IV PENUTUP | |
| 4.1 Kesimpulan..... | 55 |
| 4.1.1 Strategi Produk..... | 55 |
| 4.1.2 Strategi Harga..... | 56 |
| 4.1.3 Strategi Promosi..... | 56 |
| 4.1.4 Strategi Distribusi..... | 57 |
| 4.2 Saran..... | 58 |
| 4.2.1 Strategi Produk..... | 58 |
| 4.2.2 Strategi Harga..... | 58 |
| 4.2.3 Strategi Promosi..... | 58 |
| 4.2.4 Strategi Distribusi..... | 58 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | |
|------------------------------------------------------------|----|
| 1. Laba bersih PT. Rumah Balon dari tahun 2012 – 2016..... | 4 |
| 2. Jumlah karyawan PT. Rumah Balon..... | 36 |
| 3. Daftar harga produk spesial efek PT. Rumah Balon..... | 41 |
| 4. Daftar harga produk PT. Rumah Balon..... | 42 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---------------------------------------------|----|
| 1. Logo PT. Rumah Balon..... | 31 |
| 2. Struktur Organisasi PT. Rumah Balon..... | 33 |
| 3. Balon Gate..... | 37 |
| 4. Styrofoam Property..... | 38 |
| 5. Dekorasi Panggung..... | 38 |
| 6. Gate..... | 39 |
| 7. Balon Zeppelin..... | 40 |
| 8. Balon Wahana Permainan..... | 41 |