



**ANALISIS BAURAN PROMOSI PT. SRIWIJAYA AIR**

**DISTRIK SEMARANG**

**Tugas Akhir**

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Program**

**Diploma III**

**Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro Semarang**

**Penyusun**

**Nama : Farahdhilla Fairus Afnany**

**NIM : 140203014060029**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2018**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Farahdhilla Fairus Afnany

NIM : 14020314060029

Program studi : Diploma III Manajemen Pemasaran

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya susun dengan judul :

**“Analisis Bauran Promosi PT. Sriwijaya Air Distrik Semarang “**

Adalah benar – benar hasil karya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari tugas akhir atau karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 12 Maret 2018

Pembuat pernyataan,

Farahdhilla Fairus Afnany

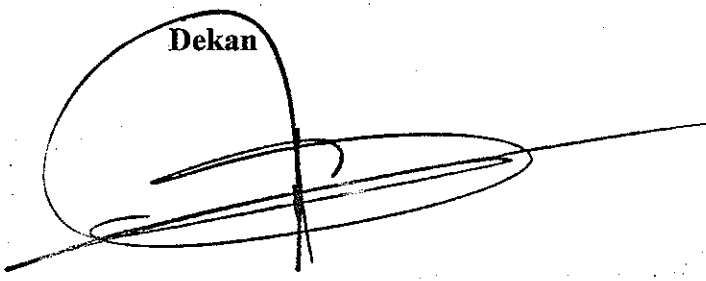
NIM 14020314060029

**PENGESAHAN**

Judul Tugas Akhir :  
Nama : Farahdhilla Fairus Afnany  
NIM : 14020314060029  
Program Studi : Diploma III Manajemen Pemasaran  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

**Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Diploma III**

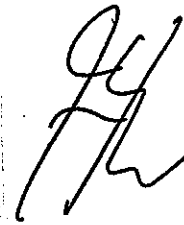
Semarang, 12 Maret 2018

**Dekan**  


Dr. Sunarto, M.Si

NIP. 19660727.1999203.1.001

**Pembantu Dekan I**



Dr. Hedi Pudjo Santosa M.Si

NIP. 19610510.19802.1.002

**Dosen Pembimbing :**

Dra. Sri Suryoko, M.Si

NIP 1957061119832001

$\frac{3}{4}$  a.n.



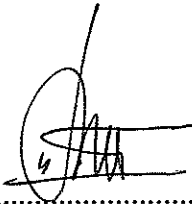
HSN

(.....)

**Dosen Penguji :**

Prof. Dr. Dra. Naili Farida, M.Si

NIP 196204121989022001

  
(.....)

## **PENGESAHAN**

Judul Tugas Akhir :  
Nama : Farahdhilla Fairus Afnany  
NIM : 14020314060029  
Program Studi : Diploma III Manajemen Pemasaran  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

**Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Diploma III**

Semarang, 12 Maret 2018

**Dekan**

**Pembantu Dekan I**

Dr. Sunarto, M.Si

Dr. Hedi Pudjo Santosa M,Si

NIP. 19660727.1999203.1.001

NIP. 19610510.19802.1.002

**Dosen Pembimbing :**

**Dosen Penguji :**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini saya persembahkan kepada :

- ❖ **Allah SWT**, atas segala nikmat, karunia serta kemudahan dan kelancaran yang telah diberikan sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
- ❖ **Kedua Orang tua, Abi Datang Abdul Rachim dan Ibu Wasilatus Sangadah** yang selalu mendoakan dan menyemangati saya agar cepat – cepat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
- ❖ **Kakak saya Najla Muzaffari Hanifah dan Rayhanatul Husna** yang sudah mau mendengarkan keluh kesah saya.
- ❖ **KAMMI KOMSAT FISIP UNDIP**, yang sudah menjadi tempat belajar menjadi manusia yang merdeka dan mengabdikan dengan ilmu tidak ada habisnya, selama dari awal kuliah sampai selamanya.
- ❖ **FKMM FISIP UNDIP**, yang sudah mengajarkan saya artinya ukhuwah dan istiqomah selama di kampus.
- ❖ **BEM FISIP UNDIP 2015**, yang sudah mengajarkan saya mengelola event dan profesionalitas.
- ❖ **WAPEALA UNDIP dan BEKANTAN LAPIS 32** banyak mengajarkan saya arti *safety* dan kekeluargaan yang tidak hanya di kampus .
- ❖ **SENAT SEKOLAH VOKASI 2017**, terimakasih sudah mengajarkan saya banyak sekali pembelajaran dalam berorganisasi. Dan menjadikan saya *the next legislator*. Terimakasih kepada Aldi, Syiffa, Khansa sudah mau berpartner dengan saya.
- ❖ **Temen – temen Marketing angkatan 2014**, terimakasih sudah kebersamaan selama di kampus belajar bersama, begadang bersama.

- ❖ **Temen – temen grup forum ukhuwah angkatan 2014**, walaupun tidak sering bertemu dengan kalian, diskusi di grup membuat saya menjadi banyak tahu.
- ❖ **Temen – temen pioner organisasi di Sekolah Vokasi**, terimakasih sudah mau berjuang bersama Khansa, Aldi, Syiiffa, Halimah, Ayyin, Shorim, Ulum, Rei, dan Sofi, dan terimakasih sekali lagi kepada mas Sigit Tirto yang sudah menjadi mentor terbaik.
- ❖ **Alumni SMAIT Ihsanul Fikri**, yang selalu menjalin ukhuwah sampai sekarang.
- ❖ Kepada sahabat saya **Nadya Ayuningtyas, Rahma, Ais, Ayyin, Zahro, Rizki, Hasna, Al ghoribi, Bagas, ofan** dan **Khoirunnisa Putri Hata**, terimakasih sudah kebersamai dan mendengarkan saya selama ini, kisah cinta dan organisasi yang saya dan perkuliahan.
- ❖ Kepada **Pak Nurrofik**, terimakasih sudah memberikan banyak ilmu dan membuka wawasan saya tentang dunia bisnis.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan karunia dan hidayah – Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “ **Bauran Promosi** “ penyusunan dari tugas akhir ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan bagi program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro,

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Namun berkat bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak maka penyusunan Tugas Akhir dapat terlaksana dengan lancar. Pada kesempatan kali ini penulis bermaksud untuk menyampaikan rasa terimakasih kepada pihak – pihak yang selama ini telah mendukung, memotivasi serta membimbing dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Rasa terimakasih ini penulis haturkan kepada :

1. Dr. Sunarto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
2. Agung Budiarmo, S.sos, MM selaku Program D-III Manajemen Pemasaran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
3. Dra Sri Suryoko M.Si selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan dan saran yang bermanfaat sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
4. Bu Naili selaku dosen wali dan dosen penguji yang senantiasa memberikan motivasi kepada penulis
5. Bapak Budi Sasongko selaku manager PT. Sriwijaya Air Distrik Semarang yang telah memberikan izin dalam melakukan penelitian serta segenap karyawan PT. Sriwijaya Air Distrik Semarang yang telah memberikan bimbingan dan pengalaman pada masa kerja praktek.
6. Kedua orang tua yang selalu mendoakan, Abi Datang Abdul Rachim dan Ibu Wasilatus Sangadah.
7. Kakak, adik dan sahabat yang selalu memberikan semangat, doa dan ada saat susah senang.

8. Dan semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikan penyusunan tugas akhir ini.

Dengan segala kerendahan hati, penulis memohon maaf apabila terdapat kelalahan dan kekurangan dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan seluruh pembaca pada masa yang akan datang. Amiin.

Semarang, 12 Maret 2018

Penulis

Farahdhilla Fairus Afnany



## **Analisis Bauran Promosi PT Sriwijaya Air Distrik Semarang**

### **Abstrak**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin ketat dan kompetitifnya persaingan antar maskapai penerbangan, dan pasar domestik penerbangan di Indonesia belum dikuasi oleh PT. Sriwijaya Air maka dari itu butuh kegiatan promosi yang lebih efektif dalam mencari solusi dan strategi untuk dapat terus bertahan dalam persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kegiatan promosi, hambatan dan solusi serta promosi yang efektif pada PT. Sriwijaya Air Distrik Semarang. Tipe penelitian yang digunakan oleh penelitian adalah kualitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan studi pustaka, wawancara, dan dokumentasi dengan metode analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan tidak semua bauran promosi yang digunakan dalam kegiatan promosi dan bisa mempertimbangkan bauran yang paling efektif digunakan. Bauran promosi yang digunakan PT. Sriwijaya Air Distrik Semarang bauran yaitu periklanan (*advertising*) menggunakan media cetak seperti surat kabar, spanduk serta elektronik seperti radio. Promosi penjualan (*sales promotion*) menggunakan program *frequent flyer* dan neon box untuk promosi dagang serta kupon untuk promosi ke konsumen secara langsung. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan untuk perusahaan bisa menambah promosi dagang kepada *agent offline* di daerah Semarang dan sekitarnya serta untuk menambah rute penerbangan agar bisa bersaing dengan maskapai kompetitor.

Kata Kunci : Pemasaran, Jasa, Bauran Promosi.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	6
ABSTRAKSI .....	6
DAFTAR ISI .....	6
DAFTAR GAMBAR .....	6
DAFTAR TABEL .....	6
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Kerangka Teori .....	7
1.5.1 Pengertian Pemasaran .....	7
1.5.2 Pengertian Jasa .....	8
1.5.3 Karakteristik Jasa .....	8
1.5.4 Bauran Pemasaran ( <i>marketing mix</i> ).....	9
1.5.4.1 Produk ( <i>product</i> ).....	9
1.5.4.2 Harga ( <i>price</i> ).....	9
1.5.4.3. Distribusi ( <i>place</i> ) .....	10
1.5.4.4. Promosi ( <i>promotion</i> ).....	10
1.5.4.5 Orang ( <i>people</i> ) .....	11
1.5.4.6 Proses ( <i>process</i> ) .....	11
1.5.4.7 Sarana Fisik dan Layanan Prima ( <i>physical evidence</i> ).....	11
1.5.5 Bauran Promosi ( <i>promotion mix</i> ).....	12
1.5.5.1 Periklanan ( <i>advertising</i> ).....	12
1.5.5.2 Penjualan Personal ( <i>personal selling</i> ) .....	13

1.5.5.3 Promosi Penjualan ( <i>sales promotion</i> ).....	14
1.5.5.4 Hubungan Masyarakat ( <i>Public relation</i> ).....	15
1.5.5.5 Pemasaran langsung ( <i>direct marketing</i> ).....	16
1.6 Metode Penelitian .....	16
1.6.1 Tipe Penelitian .....	16
1.6.2 Lokasi Penelitian.....	17
1.6.3 Jenis Data .....	17
1.6.4 Teknik Pengumpulan Data.....	18
1.6.5 Analisis Data .....	19
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>	<b>20</b>
2.1 Sejarah PT. Sriwijaya Air .....	20
2.2 Profil Perusahaan PT. Sriwijaya Air Distrik Semarang .....	25
2.2.1 Visi dan Misi PT. Sriwijaya Air .....	25
2.2.1.1 Visi PT. Sriwijaya Air.....	26
2.2.1.2 Misi PT. Sriwijaya Air.....	27
2.2.2 Slogan dan Logo Perusahaan .....	28
2.2.2.1 Slogan PT. Sriwijaya Air .....	28
2.2.2.2 Logo PT. Sriwijaya Air .....	29
2.2.3 Struktur Organisasi PT. Sriwijaya Air .....	31
2.2.4 Kegiatan PT. Sriwijaya Air Distrik Semarang.....	43
<b>BAB III ANALISIS BAURAN PROMOSI PT. SRIWIJAYA AIR DISTRIK SEMARANG .....</b>	<b>47</b>
3.1 Kegiatan Promosi PT. Sriwijaya Air Distrik Semarang .....	47
3.1.1 Promosi Penjualan .....	47
3.1.2 Periklanan .....	49
3.2 Hambatan dan Solusi .....	53
3.2.1 Hambatan dan Solusi Promosi Penjualan .....	53
3.2.2 Hambatan dan Solusi Periklanan .....	54

BAB IV PENUTUP .....	57
4.1 Kesimpulan .....	57
4.2 Saran .....	57

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo PT. Sriwijaya Air .....	30
Gambar 3.1 Berita Penerbangan PT. Sriwijaya Air Distrik Semarang .....	50
Gambar 3.2 Website PT. Sriwijaya Air .....	52
Gambar 3.3 Instagram PT. Sriwijaya Air .....	53
Gambar 3.4 Neon Box .....	55
Gambar 3.5 Spanduk PT. Sriwijaya Air Distrik Semarang .....	56

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penumpang Emberkasi Bandara Ahmad Yani .....	2
Tabel 2.1 Data Jumlah Karyawan PT. Sriwijaya Air Distrik Semarang .....	41
Tabel 2.2 Rute Penerbangan PT. Sriwijaya Air Distrik Semarang.....	44