



**BAURAN PROMOSI PRODUK WARDAH PADA PT. PARAGON TECHNOLOGY AND
INNOVATION DC (DISTRIBUTION CENTER) SEMARANG**

Tugas Akhir

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

Penyusun

**Nama : Nadya Ayuningtyas
NIM :14020314090034**

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

2018

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadya Ayuningtyas
NIM : 14020314090034
Program Studi : Diploma III Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

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

**“Bauran Promosi Produk Wardah Pada PT. Paragon Technology and Innovation DC
(Distribution Center) Semarang”**

Adalah benar-benar hasil karya saya 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, 26 Maret 2018
Pembuat Pernyataan,

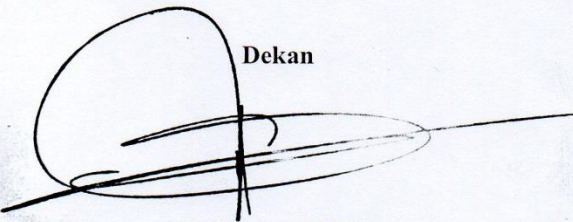
Nadya Ayuningtyas

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **Bauran Promosi Produk Wardah Pada PT.
Paragon Technology and Innovation DC
(Distribution Center) Semarang**

Nama : Nadya Ayuningtyas
NIM : 14020314090034
Program Studi : Diploma III Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

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

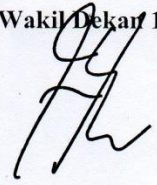


Dekan

Dr. Sunarto, M.Si
NIP. 19660727.199203.1.001

Semarang, 23 Maret 2018

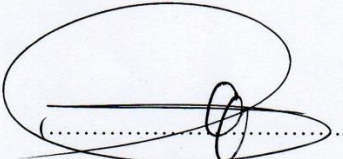
Wakil Dekan 1



Dr. Hedi Pudjo Santosa, M.Si
NIP.19610510.198902.1.002

Dosen Pembimbing :

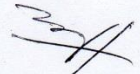
Drs. Agus Hermani DS,MM
NIP. 19570807.198511.1.001



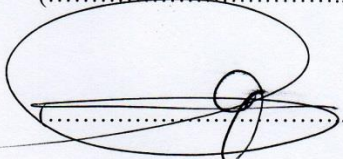
(.....)

Dosen Penguji :

1. Dra. Sri Suryoko, M.Si
NIP. 19570611.198303.2.001
2. Drs. Agus Hermani DS,MM
NIP. 19570807.198511.1.001



(.....)



(.....)

MOTTO

“And He found you lost and guided you” - QS Ad-Dhuha 93:7.

“Maka nikmat Tuhanmu yang manakah yang kamu dustakan?”

- QS Ar-Rahman 55:13.

“Everything will come in the right time and right place.”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk :

- Allah SWT, atas segala nikmat, karunia serta semua kemudahan, kesabaran dan kelancaran yang diberikan sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
- Superdad, Mr. H.Siswadi Suroso, SE.,MM dan Supermom Mrs. Hj. Dra Yati Rohayati,.MM, juga Superbrother, M.Purwo Adji,.ST yang menjadi sumber kekuatan saya. Terimakasih telah membesarkanku dengan penuh cinta dan kasih sayang yang tak terhingga.
- Sahabatku, Chairunnissa Wellyani, terimakasih selalu ada dan terus mendukung saya dan menemani saya walaupun kita jauh.
- Sahabat-sahabatku Ganakrain, kalian yang selalu saya rindukan tapi yang selalu ada, mendukung saya dan menyemangati saya.
- Sahabat seperjuangan, Khoirunisa Putri H dan Farahdhilla Fairus Afnany, terimakasih selalu ada untuk saya, berjuang bersama-sama dan saling menghibur ketika ada yang stress.
- Seluruh teman-teman Manajemen Pemasaran angkatan 2014 yang berjuang bersama, yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu per satu yang saya sayangi dan pasti akan selalu saya rindukan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan BerkatNya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul **“Bauran Promosi Produk Wardah Pada PT. Paragon Technology and Innovation DC (Distribution Center) Semarang”** dengan baik dan lancar untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan bagi Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan, dan jauh dari kesempurnaan. Namun berkat bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak maka penyusunan Tugas Akhir ini dapat terlaksana dengan lancar. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Sunarto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
2. Agung Budiarmo, S.Sos, MM selaku Ketua Jurusan Program Studi DIII – Manajemen Pemasaran Universitas Diponegoro.
3. Drs. Agus Hermani DS, MM selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan motivasi dan pengarahan serta bimbingan kepada penulis.
4. Dra. Sri Suryoko, M.Si selaku dosen wali dan dosen penguji yang senantiasa memberikan motivasi kepada penulis.
5. Eva Zulfa Alawiyah selaku Pembina lapangan dari PT.PTI DC Semarang yang telah mengizinkan penulis untuk magang dan memberikan bimbingan pada penulis selama

- melakukan kegiatan magang di PT Paragon Technology and Innovation DC Semarang.
6. Anita Mega Trisianti selaku HCO di PT Paragon Technology and Innovation DC Semarang yang telah banyak membantu penulis dalam tahap awal mendaftar magang dan memberikan arahan yang sangat membantu.
 7. Diannisa Widyasari dan Fianita Utami selaku PLDP Promosi Wardah serta segenap karyawan PT.PTI DC Semarang yang telah memberikan banyak bantuan, ilmu pengetahuan dan sabar dalam membimbing penulis selama magang dan penelitian untuk Tugas Akhir
 8. Dan semua pihak yang telah membantu penulis hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini.

Atas segala bantuan dan bimbingan serta kerjasama yang baik yang telah diberikan selama penulis menyusun Tugas Akhir ini, maka penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan seluruh pembaca pada masa yang akan datang.

Semarang, 26 Maret 2018
Penulis,

Nadya Ayuningtyas

BAURAN PROMOSI PRODUK WARDAH PADA PT. PARAGON TECHNOLOGY AND INNOVATION DC (DISTRIBUTION CENTER) SEMARANG

Abstrak

PT. Paragon Technology and Innovation DC Semarang merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang industri kosmetik. Ketatnya persaingan dalam industri kosmetik di Indonesia membuat PT. Paragon Technology and Innovation DC Semarang harus mampu bersaing dengan perusahaan kosmetik lainnya dalam menarik konsumen. Berangkat dari persaingan yang ketat ini, maka PT. Paragon Technology and Innovation DC Semarang menerapkan strategi bauran promosi pada produk Wardah yang terdiri dari *personal selling*, *mass selling*, *sales promotion*, dan *public relation*. Dalam penulisan Tugas Akhir ini menggunakan metode analisis deskriptif. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder, sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan studi pustaka, wawancara serta dokumen. *Personal selling* yang dilakukan oleh PT. Paragon Technology and Innovation DC Semarang menggunakan dua bentuk tenaga penjual yang disebut BA (*Beauty Advisor*) dan BAP (*Beauty Advisor Promotion*). *Mass selling* yang diterapkan untuk periklanan menggunakan media elektronik radio dan media sosial instagram sedangkan publisitas menggunakan WBA (*Wardah Beauty Agent*) yaitu mahasiswa yang ikut membangun citra Wardah di universitas. *Sales promotion* Wardah menggunakan 4 jenis bentuk yaitu diskon, promo pameran, hadiah atau GWP (*Get Well Purchase*) dan *sponsorship*. Dalam menjaga upaya komunikasi seluruh perusahaan pada pihak lain sebagaimana tugasnya maka *Public relation* Wardah dilakukan oleh PT. Paragon Technology and Innovation pusat di Jakarta.

Kata Kunci: Pemasaran, Promosi, Bauran Promosi.

PROMOTION MIX OF WARDAH PRODUCTS ON PT. PARAGON TECHNOLOGY AND INNOVATION DC SEMARANG

Abstract

PT. Paragon Technology and Innovation DC Semarang is company that engaged in the cosmetics industry. The tight competition in the industry in Indonesia makes PT. Paragon Technology and Innovation DC Semarang should compete with other cosmetics companies in order to attract the consumers. This though competition has made PT. Paragon Technology and Innovation DC Semarang applied their promotional mix strategy on Wardah's product consisting of personal selling, mass selling, sales promotion, public relation. This study used descriptive analysis method. The type of data used is primary and secondary data, while data collection techniques using literature study, interviews and documentation. Personal selling uses two forms called BA (Beauty Advisor) and BAP (Beauty Advisor Promotion). Mass selling used radio and instagram for advertising and the publicity used WBA (Wardah Beauty Agent) in university. Sales promotion Wardah uses 4 types of forms such as discounts, exhibition promos, prizes or GWP (Get Well Purchase) and sponsorship. As for Public Relations Wardah done by PT. Paragon Technology and Innovation center in Jakarta.

Keywords: Marketing, Promotion, Promotional Mix

DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat	6
1.4 Kerangka Teori	7
1.4.1 Pemasaran	7
1.4.2 Pengertian Promosi	9
A. Tujuan Promosi	9
B. Bauran Promosi	11
1. Personal Selling	11
2. Mass Selling	14
3. Promosi Penjualan	16
4. Public Relations	17
5. Direct Marketing	19
1.5 Metodologi	20
1.5.1 Tipe Penelitian	20
1.5.2 Lokasi Penelitian.....	20
1.5.3 Jenis Data.....	21

1.5.4 Teknik Pengumpulan Data.....	22
1.5.5 Analisis Data.....	23
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	24
2.1 Sejarah Singkat PT.Paragon Technology and Innovation.....	24
2.2 Visi Dan Misi Perusahaan	26
2.3 Departemen yang Terdapat Di Perusahaan	29
2.4 Struktur Organisasi & Tugas Wewenang DC Semarang	39
2.5 Produk Wardah.....	47
BAB III BAURAN PROMOSI WARDAH PADA PT. PARAGON TECHNOLOGY & INNOVATION DC SEMARANG	64
3.1 Bauran Promosi Produk Wardah	64
3.1.1 Personal Selling	65
3.1.2 Mass Selling(Adversiting & Publisitas).....	79
3.1.3 Sales Promotion	84
3.1.4 Public Relation.....	88
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	91
4.1 Kesimpulan	91
4.2 Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Distribution Center Paragon	38
Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi PT. PTI DC Semarang	41
Gambar 2.3 Wardah Lightening Series	47
Gambar 2.4 Wardah White Secret	49
Gambar 2.5 Wardah Renew You Anti Aging	51
Gambar 2.6 Wardah C Defense	52
Gambar 2.7 Wardah Acne Series	53
Gambar 2.8 Wardah Nature Daily Series	54
Gambar 2.9 Wardah Body Care Series	55
Gambar 2.10 Wardah Lightening TWC Series	56
Gambar 2.11 Wardah BB Cream	57
Gambar 2.12 Wardah Lip Colors	58
Gambar 2.13 Wardah Exclusive Series	59
Gambar 2.14 Wardah Luminous Series	60
Gambar 2.15 Wardah Eyeshadow Series.....	61
Gambar 2.16 Wardah Blush On Series	62
Gambar 2.17 Wardah EyeXpert Series.....	63
Gambar 3.1 Tema Inspirasi Official Make Up Wardah Tahun 2017	74
Gambar 3.2 Poster Beauty Class Wardah	81
Gambar 3.3 Poster Promo Diskon Produk Wardah	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Alat-alat Promosi	11
Tabel 3.1 Data Personil BA Wardah.....	66
Tabel 3.2 Counter Wardah di Semarang	68
Tabel 3.3 Capaian Kinerja Team Leader BA Wardah Tahun 2015-2017	70
Tabel 3.4 Capaian Kinerja BAP Wardah Tahun 2015-2017	78
Tabel 3.5 Jumlah Anggota WBA Tahun 2015-2017	83