



**STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN PRODUK HONDA PADA PT. NUSANTARA SAKTI
SEMARANG**

Tugas Akhir

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

Penyusun :

MUHAMMAD YUSUF GUCI

14020316060015

**D-III MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2019

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Yusuf Guci

NIM : 14020316060015

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

**Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Honda
Pada PT. Nusantara Sakti Semarang**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

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

Semarang, Juli 2019

Muhammad Yusuf Guci
NIM: 14020316060015

HALAMAN PENGESAHAN

Judul T.A : Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume
Penjualan Produk Honda Pada PT. Nusantara Sakti

Nama Penyusun : Muhammad Yusuf Guci

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan : Manajemen Pemasaran

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

Semarang, 26 Juli 2019

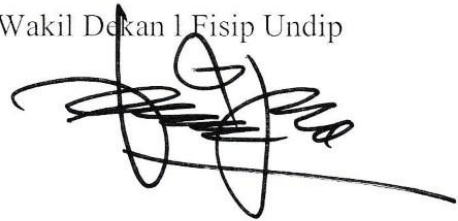
Dekan

Wakil Dekan I Fisip Undip



Dr. Drs. Hardi Warsono, M.TP

NIP. 19640827.199001.1.001



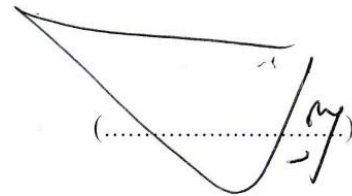
Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol Admin

NIP. 19690822.199403.1.003

Dosen Pembimbing

Dr. Drs. Ngatno, M.M

NIP. 19620506.198803.1.006



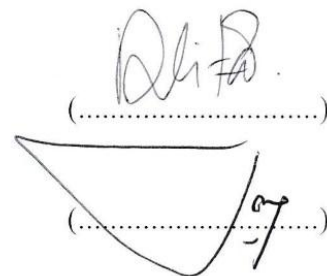
Dosen Penguji

1. Riandhita Eri Werdani, S.MB, MSM

NIP. 199003312.01807.2.001

2. Dr. Drs. Ngatno, M.M

NIP. 19620506.198803.1.006



HALAMAN MOTTO

“Tidak ada seorang pun miliarder yang berkata, ku akan mengerjakannya nanti”

*“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya
bersama kesulitan itu ada kemudahan.”
(Q.S Al-Insyirah 5-6)*

PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga semuanya dapat berjalan dengan lancar.
2. Mamak yang selalu semangat dalam memberi inspirasi dan motivasi sehingga saya selalu fokus kuliah hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Mas Muhammad Adib Lutfhi yang selalu memberikan semangat dan mensupport saya sampai menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Nabila Afa Fadhilah yang menjadi pemberi inspirasi dan penyemangat bagi penulis selama menyusun Tugas Akhir ini.
5. Seluruh pegawai PT. Nusantara Sakti Semarang yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah bersedia menerima saya dan membimbing saya untuk bisa melaksanakan Kuliah Kerja Praktek (KKP) di PT. Nusantara Sakti Semarang.
6. Muhammad Ibnu Sina Firdaus yang telah menemani saya selama Kuliah Kerja Praktek (KKP) di PT. Nusantara Sakti selama 2 bulan.
7. Meysi Yolanda, Muhammad Fasya Kautsar, Esa Amara Yovanka, Putri Wira Paramitha, Irlly Anoti, yang selalu memberi motivasi dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Seluruh teman-teman Manajemen Pemasaran 2016 yang selalu memberi motivasi dan semangat selama penyusunan Tugas Akhir ini.
9. Saudara Barry House dan teman-teman yang selalu membantu dan memberi semangat selama menyusun Tugas Akhir ini.

ABSTRAK

Judul TA : Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Nusantara Sakti Semarang.
Nama Penulis : Muhammad Yusuf Guci
NIM : 14020316060015

PT. Nusantara Sakti Semarang adalah dealer motor resmi merk Honda area Semarang dan sekitarnya yang bergerak di bidang jasa penjualan, perawatan dan penyediaan suku cadang. Dalam memasarkan dan menjualkan produknya, PT. Nusantara Sakti Semarang melakukan beberapa kegiatan promosi yang efektif dan efisien. PT. Nusantara Sakti Semarang merumuskan strategi-strategi sebagai usaha mempertahankan eksistensinya serta memenangkan persaingan dengan kompetitor lain. Kegiatan Promosi perusahaan diharapkan dapat berperan dalam meningkatkan volume penjualan serta meningkatkan pangsa pasar (*Market Share*). Kegiatan promosi juga akan mempertahankan kestabilan *Branch Image* produk perusahaan serta meningkatkan *Branch Image* produk Honda.

Tujuan Tugas Akhir ini adalah mendeskripsikan pelaksanaan yang tepat guna meningkatkan volume penjualan pada PT. Nusantara Sakti Semarang. Metode penelitian ini menggunakan deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara kepada pihak PT. Nusantara Sakti mengenai strategi dan pelaksanaan promosi yang sudah berjalan seperti *Personal Selling*, Periklanan (media sosial, media iklan cetak, media iklan luar, mobil box), Hubungan Masyarakat, dan Promosi Penjualan. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan hubungan masyarakat serta promosi penjualan yang diharapkan dapat meningkatkan daya tarik masyarakat untuk membeli motor merk Honda di PT. Nusantara Sakti Semarang. Saran dari penulis yaitu memaksimalkan Sumber Daya Manusia (SDM) serta mengoptimalkan strategi promosi agar lebih menarik bagi calon-calon konsumen.

Kata Kunci : *Promosi, Personal Selling, Periklanan, Hubungan Masyarakat, Promosi Penjualan.*

ABSTRACT

Final Project Title : Promotion Strategy to Increasing Volume Sales at
PT. Nusantara Sakti Semarang.
Author Name : Muhammad Yusuf Guci
Student ID Number : 14020316060015

PT. Nusantara Sakti Semarang is the official motorbike dealer for Honda brand in Semarang and its surrounding areas that engaged in sales, maintenance, and spare parts supply. To market and sell its products, PT. Nusantara Sakti Semarang carries out several effective and efficient promotional activities. PT. Nusantara Sakti Semarang formulates strategies to maintain its existence and win the competition from other competitors. Company activities are expected to increase sales volume and market share. Promotional activities are also expected to maintain the stability of the branch Image and its product also increases the Branch Image of Honda products.

The purpose of this Final Project is to describe the proper promotional activities to increase sales volume at PT. Nusantara Sakti Semarang. This research uses data collection descriptive method through observation and interviews with the PT. Nusantara Sakti related to the strategy and implementation of existing promotions such as Personal Selling, (d2d), Advertising media (printed media, social media, billboards, banners, and pamphlets), Public Relations, and Sales Promotions. Based on the results of the study it can be concluded that the implementation of public relations and sales promotions can attract the customer to buy Honda brand motorcycles at PT. Nusantara Sakti Semarang. Suggestions from writers are maximizing Human Resources (HR) and optimize promotion strategies to attract prospective customers..

Keywords: *Promotion, Personal Selling, Advertising, Public Relations, Sales promotion.*

KATA PENGANTAR

الرديم الرحمن الله بسم

Dengan segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “ Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Nusantara Sakti Semarang.”

Penyusunan dari Tugas Akhir ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.

Pada kesempatan kali ini penyusun bermaksud untuk menyampaikan rasa terimakasih kepada pihak-pihak yang selama ini telah membantu, memotivasi, mendukung serta membimbing penyusun dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Rasa terimakasih ini penyusun haturkan kepada :

1. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.TP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
2. Agung Budiarmo, S.Sos, MM, selaku Ketua Program Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

3. Dr. Drs. Ngatno, M.M selaku Dosen Wali serta Dosen pembimbing saya yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama perkuliahan hingga penyusunan Tugas Akhir.
4. Muhammad Adib Lutfhi selaku *Team Leader Marketing* PT. Nusantara Sakti yang sudah memberikan izin, membantu dan membagi ilmu nya kepada saya selama melaksanakan Kuliah Kerja Praktek (KKP) di PT. Nusantara Sakti.

Dengan segala kerendahan hati, penyusun mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Penyusu menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan seluruh pembaca pada masa yang akan datang. Amin.

Semarang, 25 Juli 2019

Penulis,

Muhammad Yusuf Guci

NIM. 14020316060015

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Landasan Teori	9
1.5.1 Pemasaran.....	9
1.5.1.1 Pengertian Pemasaran.....	9
1.5.1.2 Strategi Pemasaran	10
1.5.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing mix</i>)	10
1.5.2.1 Produk (<i>product</i>)	11
1.5.2.2 Harga (<i>Price</i>).....	12
1.5.2.3 Tempat (<i>Place</i>)	13
1.5.2.4 Promosi (<i>Promotion</i>).....	13
1.5.3 Bauran Promosi	13
1.5.3.1 Periklanan (<i>Advertising</i>).....	14
1.5.3.2 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	15
1.5.3.3 Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>)	16

1.5.3.4	Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	16
1.5.3.5	Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>)	17
1.6	Metodologi Penelitian.....	17
1.6.1	Metode Analisis Data	18
1.6.2	Jenis Data	18
1.6.3	Teknik Pengumpulan Data	19
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN		20
2.1	Sejarah PT. Nusantara Sakti	20
2.2	Visi dan Misi PT. Nusantara Sakti	21
2.3	Logo PT. Nusantara Sakti	22
2.4	Lokasi PT. Nusantara Sakti	22
2.5	Struktur Organisasi PT. Nusantara Sakti	24
2.6	Bidang Usaha PT. Nusantara Sakti Semarang.....	30
BAB III.....		34
STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT. NUSANTARA SAKTI SEMARANG		34
3.1 Pelaksanaan Kegiatan Promosi Pada PT. Nusantara Sakti Semarang		34
3.1.1	Personal Selling.....	35
3.1.2	Periklanan.....	36
3.1.3	Hubungan Masyarakat.....	44
3.1.4	Promosi Penjualan.....	47
3.2 Hambatan dalam Pelaksanaan Kegiatan Promosi Pada PT. Nusantara Sakti Semarang		54
3.3 Cara Mengatasi Hambatan Yang Berkaitan Dengan Pelaksaaan Kegiatan Promosi Pada PT. Nusantara Sakti Semarang		56
BAB IV PENUTUP		59
4.1	Kesimpulan	59
4.2	Saran	60
DAFTAR PUSTAKA.....		62
LAMPIRAN.....		63

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1	Data Penjualan PT. Nusantara Sakti Semarang	6
TABEL 2.2	Struktur Organisasi PT. Nusantara Sakti Semarang.....	24
TABEL 2.3	Produk PT. Nusantara Sakti Semarang	31

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1	Logo Nusantara Surya Sakti.....	22
GAMBAR 3.1	Grup atau Komunitas jual beli motor Kota Semarang dan Sekitarnya.....	36
GAMBAR 3.1.1	Official Account PT. Nusantara Sakti.....	37
GAMBAR 3.1.2	Promosi yang dilakukan di Facebook.....	37
GAMBAR 3.1.3	Promosi yang dilakukan di Facebook.....	38
GAMBAR 3.1.4	Promosi yang dilakukan di Facebook.....	39
GAMBAR 3.4	Promosi yang dilakukan di Instagram.....	40
GAMBAR 4.1	Kegiatan Brifieng seluruh pegawai PT. Nusantara Sakti Semarang.....	36
GAMBAR 4.2	Kegiatan Kanvasing PT. Nusantara Sakti Semarang di Supermarket Giant Tlogosari.....	37
GAMBAR 4.3	Kegiatan Kanvasing PT. Nusantara Sakti Semarang setelah ibadah Sholat Jum'at.....	39
GAMBAR 4.4	Contoh Brosur yang dicetak oleh PT. Nusantara Sakti Semarang.....	36
GAMBAR 4.5	Contoh Brosur beserta daftar harga yang dicetak oleh PT. Nusantara Sakti Semarang.....	37
GAMBAR 4.6	Brosur yang menampilkan promo service motor bagi para ojek online maupun konsumen PT. Nusantara Sakti Semarang.....	39
GAMBAR 4.7	Brosur promo selama PPRT yang dicetak oleh PT. Nusantara Sakti Semarang.....	36
GAMBAR 4.8	Banner promo Back To School yang dicetak oleh PT. Nusantara Sakti Semarang.....	37
GAMBAR 4.9	Umbul-umbul yang dipasang di depan PT. Nusantara Sakti Semarang.....	36
GAMBAR 4.10	Foto bersama dengan tim Marketing PT. Nusantara Sakti Semarang.....	37