



Handwritten signature and date: 20-8-19

Handwritten signature and date: Ace 20/8/19

**STRATEGI PROMOSI JASA SERVIS BERKALA PADA PT. NASMOCO
KARANGJATI MOTOR**

Tugas Akhir

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Diploma III Manajemen Pemasaran

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

MAHARTI ARTHANING SURYA

14020316060021

PROGRAM STUDI D-III MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2019

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Maharti Arthaning Surya
Nim : 14020316060021
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Diploma III Manajemen Pemasaran

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

“Strategi Promosi Jasa Servis Berkala pada PT. Nasmoco Karangjati Motor”

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan saduran atau jiplakan dari orang lain. Teks yang bukan karya saya, dicantumkan dengan mengutip/ mencantumkan sumber asal kutipan orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat dan gelar kesarjanaanya).

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

Semarang, Juli 2019

Pembuat Pernyataan

Maharti Arthaning Surya

NIM : 14020316060021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : "Strategi Promosi Jasa Servis Berkala pada PT. Nasmoco Karangjati Motor"
Nama Penyusun : Maharti Arthaning Surya
NIM : 14020316060021
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 Universitas Diponegoro.

Semarang, Juli 2019

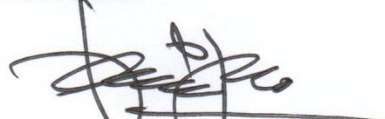
Dekan



Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.P

NIP 196408271990011001

Wakil Dekan

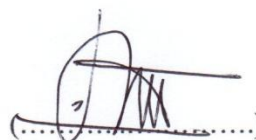


Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin

NIP. 196908221994031003

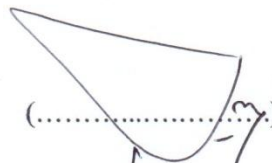
Dosen Pembimbing

1. Prof. Dr. Naili Farida, M.si
NIP. 1620412.198902.2.001

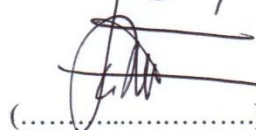


Dosen Penguji

1. Dr. Drs. Ngatno, M.M
NIP 19620506.198803.1.006



2. Prof. Dr. Naili Farida, M.si
NIP. 1620412.198902.2.001



MOTTO

Doing the best at this moment,
puts you in the best place for the next moment. {Oprah Winfrey}

‘‘Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah
kesulitan itu ada kemudahan ‘‘

(QS.Asy-Syarh: 5-6)

PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah membarikan segala kemudahan dan pertolongan-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan studi dan tugas akhir ini.

Tak lupa Nabiku Muhammad SAW, yang telah memberikan suri teladan yang baik bagi umatnya untuk terus selalu berdoa, bersyukur bersabar dan berusaha tanpa henti.

Karya kecil ini penulis persembahkan untuk yang tersayang kedua orang tua
Ayah Suprijono dan Ibu Handayani

My beloved sister Galuh Handrini Hartanti

Teman-teman D3 Manajemen Pemasaran 2016 khususnya Destia Diahnusani dan segenap anggota bus 1 KKL

ABSTRAK

Judul : Strategi Promosi Jasa Servis Berkala pada
PT. Nasmoco Karangjati Motor

Nama : Maharti Arthaning Surya

Nomor Induk Mahasiswa : 14020316060021

Program Studi : D III Manajemen Pemasaran

Tujuan dalam mendirikan perusahaan adalah mencari laba semaksimal mungkin. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan sangat dipengaruhi kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya. Suatu perusahaan tidak lepas dari pelayanan, pelayanan ini yang sangat berpengaruh penting dalam perkembangan suatu perusahaan. Layanan purna jual (*after-sales service*) juga menjadi perhatian untuk menjaga loyalitas para konsumen. Dalam mempertahankan posisi perusahaan dalam menghadapi persaingan yang ketat, perusahaan memerlukan strategi promosi yang dapat menarik konsumen. Salah satu produsen otomotif Toyota di Kab. Semarang yaitu PT. Nasmoco Karangjati Motor menerapkan strategi promosi jasa servis berkala dengan tujuan mendapatkan konsumen baru dan menjaga kesetiaan konsumen.

Penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan strategi promosi jasa servis berkala yang dilakukan pada PT. Nasmoco Karangjati Motor beserta faktor yang menghambat. Cara mengumpulkan data menggunakan metode wawancara, dan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi jasa servis berkala yang diterapkan pada PT. Nasmoco Karangjati Motor adalah *promotion mix* melalui *advertising* (periklanan), *sales promotion* (promosi penjualan), dan *direct marketing* (pemasaran langsung). Disarankan PT. Nasmoco Karangjati Motor dalam melakukan kegiatan promosi jasa servis berkala diharapkan meningkatkan pelatihan training agar petugas lebih aktif dalam membujuk, serta menawarkan produk atau jasa kepada konsumen. Dan mampu menciptakan sebuah nilai yang baik kepada konsumen.

Kata kunci: Strategi Promosi, Servis Berkala.

ABSTRACT

Title : Periodical Services Promotion Strategy of PT. Nasmoco
Karangjati Motor

Name : Maharti Arthaning Surya

Student Number : 14020316060021

Major : D III Marketing Management

The goal in establishing a company is to make the maximum profit. The success of a company in achieving its goals is greatly influenced by the company's ability to market its products. A company can not be separated from service, this service is very important in the development of a company. After-sales services are also a concern for maintaining consumer loyalty. In maintaining the company's position in the face of intense competition, companies need a promotional strategy that can attract consumers. One automaker Toyota in the district. Semarang, PT. Nasmoco Karangjati Motor implements a regular service promotion strategy with the aim of getting new consumers and maintaining consumer loyalty.

This study aims to describe the promotion strategy of regular service services carried out at PT. Nasmoco Karangjati Motor along with inhibiting factors. How to collect data using interviews, and literature. This study used descriptive qualitative method. The results of the study indicate that the promotion strategy of periodic service services applied to PT. Nasmoco Karangjati Motor is through advertising, sales promotion, and direct marketing. Recommended PT. Nasmoco Karangjati Motor in conducting regular service service promotion activities is expected to improve training training so that officers are more active in persuading, and offering products or services to consumers. And able to create good value for consumers.

Keywords: *Promotion Mix, Service Periodic.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayat dan karunia-Nya sehingga penulis bisa dapat mengerjakan Tugas Akhir dengan judul “Strategi Promosi Jasa Servis Berkala pada PT. Nasmoco Karangjati Motor”. Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik berkat bantuan dari beberapa pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada pihak-pihak yang telah memberikan bimbingan dan bantuan kepada penulis dari awal sampai akhir penulisan, pihak-pihak tersebut ialah:

1. Dr. Hardi Warsono, MTP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.
2. Agung Budiarmo, S.Sos, MM selaku Ketua Program Studi D-III Manajemen Pemasaran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Prof. Dr. Naili Farida, M.si selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan dan perbaikan untuk menyempurnakan dan menyelesaikan tugas akhir.
4. Dr. Drs. Ngatno, M.M selaku dosen wali dan dosen penguji Tugas Akhir penulis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.
5. Segenap Pegawai dan Staff PT. Nasmoco Karangjati Motor yang turut berpartisipasi, serta memberikan pengalaman selama proses magang dan sangat membantu dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.

Semarang, Juli 2019

Maharti Arthaning Surya

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan Manfaat	4
1.3.1 Tujuan	4
1.3.2 Manfaat	4
1.4 Dasar Teori.....	5
1.4.1 Pengertian Pemasaran	5
1.4.1.1 Strategi Pemasaran	6
1.4.2 Pengertian Promosi	10
1.4.2.1 Tujuan Promosi	11
1.4.2.2 Strategi Promosi	14
1.4.3 Pengertian Jasa	25
1.4.4 Pengertian Servis Berkala	26
1.5 Metode Penelitian	26
1.5.1 Obyek Penelitian	26
1.5.2 Tipe Penelitian	26
1.5.3 Sumber data	27
1.5.4 Metode Pengumpulan Data	28
1.5.5 Teknik Analisis Data	28

BAB II GABARAN UMUM PERUSAHAAN PT. NASMOCO KARANGJATI MOTOR

2.1	Sejarah PT Nasmoco karangjati Motor	30
2.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	31
2.2.1	Visi	31
2.2.2	Misi	32
2.3	Catur Marga	33
2.4	Kebijakan Strategis Perusahaan	33
2.5	Pengembangan Bisnis Perusahaan	34
2.6	Bidang Usaha dan Wilayah Pemasaran Bidang Usaha	34
2.6.1	Bidang Usaha	34
2.6.1.1	Penjualan Mobil (<i>Vehicles Division</i>)	34
2.6.1.2	Penjualan Suku Cadang (<i>Spare Part</i>)	35
2.6.1.3	Pemeliharaan dan Servis	36
2.6.2	Wilayah Pemasaran	36
2.7	Arti Makna Logo	37
2.8	Struktur Organisasi Perusahaan	39
2.9	Job Description	41

BAB III STRATEGI PROMOSI JASA SERVIS BERKALA PADA PT. NASMOCO KARANGJATI MOTOR

3.1	Kegiatan Promosi Jasa Servis Berkala pada PT. Nasmoco Karangjati Motor.....	50
3.2	Pelaksanaan Strategi Promosi Jasa Servis Berkala pada PT. Nasmoco Karangjati Motor.....	51
3.3	Faktor yang Menghambat Promosi Jasa Servis Berkala pada PT. Nasmoco Karangjati Motor.....	61

BAB IV PENUTUP

4.1	Kesimpulan	63
4.2	Saran	64

DAFTAR PUSTAKA	65
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	v
-----------------------	----------

DAFTAR GAMBAR

2.1. Logo PT New Ratna Motor (Nasmoco Group)	38
2.2. Struktur Organisasi PT. Nasmoco Karangjati Motor	40
3.1. Benner	53
3.2. Kartu Nama	54
3.3. Instagram	55
3.4. Website	56
3.5. Promosi Penjualan.....	57
3.6. Promo Toyota mudik asik	58
3.7. Service Booking	60

DAFTAR TABEL

1.1. Target dan realisasi servis	3
--	---