

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN BAGIAN TOKO PT. RUMAH ATSIRI INDONESIA**



TUGAS AKHIR

Diajakukan Untuk Memenuhi Syarat-syarat Mencapai Sebutan

Ahli Madya Manajemen Bisnis

Oleh:

MEIDYANA EKA SAPUTRI

NIM F3517032

PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN BISNIS

SEKOLAH VOKASI UNIVERSITAS SEBELAS MARET

2020

ABSTRAK**ANALISIS STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN BAGIAN TOKO PT. RUMAH ATSIRI INDONESIA****MEIDYANA EKA SAPUTRI****F3517032**

Keberlangsungan sebuah perusahaan dapat dilihat dari keberhasilan strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan agar menjadikan tolak ukur daya saing sebuah perusahaan dan mengetahui performa perusahaan. Penunjang keberhasilan promosi dipengaruhi oleh variabel-variabel bauran promosi (*Promotional Mix*) yang dipilih oleh perusahaan dengan tepat agar kegiatan promosi berjalan dengan efektif dan efisien. Tujuan dari hal ini adalah untuk meningkatkan penjualan, mencapai target yang sudah ditentukan dan memperluas pasar.

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode deskriptif untuk menggambarkan kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan dengan data yang dikumpulkan oleh penulis yang kemudian diolah dan dianalisis dengan baik.

Berdasarkan dari hasil penelitian ini dengan menggunakan data yang ada dapat disimpulkan bahwa variabel bauran promosi (*promotional mix*) yang dipilih oleh PT. Rumah Atsiri Indonesia adalah periklanan, promosi penjualan dan *personal selling*. Selain itu, terdapat penjabaran mengenai hambatan dalam proses promosi dan perbandingan biaya promosi dengan volume penjualan Toko Rumah Atsiri.

Saran yang penulis dapat sampaikan kepada PT. Rumah Atsiri Indonesia adalah (1) Mengembangkan promosi (2) Optimalisasi fasilitas *e-commerce* (3) memanfaatkan peluang (4) Membuat distributor (5) Memperkuat sistem operasional.

Kata Kunci: Promosi, Bauran Promosi, Periklanan, Promosi Penjualan, Personal Selling

ABSTRACT**ANALYSIS OF PROMOTION STRATEGY TO INCREASE PT. RUMAH
ATSIRI INDONESIAN'S STORE SALES VOLUME****MEIDYANA EKA SAPUTRI****F3517032**

The sustainability of a company can be seen from the success of the promotional strategy carried out by the company in order to measure the competitiveness of a company and determine the company's performance. Promotional success support is influenced by the promotional mix variables (Promotional Mix) chosen by the company appropriately so that promotional activities run effectively and efficiently. The purpose of this is to increase sales, achieve predetermined targets and expand the market.

The research method used by the writer is descriptive method to describe the promotional activities carried out by the company with the data collected by the author which is then processed and analyzed properly.

Based on the results of this study using existing data it can be concluded that the promotional mix variable chosen by PT. Rumah Atsiri Indonesia is advertising, sales promotion and personal selling. In addition, there is a description of the obstacles in the promotion process and a comparison of promotional costs with the sales volume of the Essential Home Stores.

Suggestions that the author can convey to PT. Rumah Essential Indonesia is (1) Developing promotions (2) Optimizing e-commerce facilities (3) taking advantage of opportunities (4) Creating distributors (5) Strengthening the operational system.

Keywords: Promotion, Promotion Mix, Advertising, Sales Promotion, Personal Selling

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul:

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN BAGIAN TOKO PT. RUMAH ATSIRI INDONESIA**



Surakarta, Juli 2020

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Yohana Tamara S.E., M.M.
NIP. 199311172018032001

HALAMAN PENGESAHAN

“ANALISIS STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN BAGIAN TOKO PT. RUMAH ATSIRI INDONESIA”

Tugas Akhir ini telah diuji dan disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir
Program Studi Diploma III Manajemen Bisnis
Sekolah Vokasi
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Pada Hari : Selasa

Tanggal : 11 Agustus 2020

Disusun Oleh:

MEIDYANA EKA SAPUTRI
F3517032

Panitia Ujian Tugas Akhir Nama

1. Penguji 1

Drs. Heru Purnomo, M.M
NIP. 195701221986031003

2. Penguji 2

Yohana Tamara, S.E., M.M
NIP. 199311172018032001

Mengetahui,

Tanda Tangan



Direktur
Sekolah Vokasi



Drs. Santoso Tri Hananto, M.Acc., Ak
NIP. 196909241994021001

Kepala Program Studi
D3 Manajemen Bisnis



Yeni Fajaryanti, S.E., M.Si
NIP. 197401122000122004

SURAT PERNYATAAN TUGAS AKHIR (TA)

Yang bertanda tangan dibawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret:

Nama : Meidyana Eka Saputri

Nim : F3517032

Program Studi : DIII Manajemen Bisnis

Judul Tugas Akhir : Analisis Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Bagian Toko Pt. Rumah Atsiri Indonesia

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Tugas Akhir yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/ saduran dari karya orang.

Apabila ternyata di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan Ijazah dan penjabutan gelar.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Surakarta, Juli 2020

Mahasiswa



Meidyana Eka Saputri

NIM. F3517032

MOTTO DAN HAL PERSEMBAHAN

Pendidikan itu mengobarkan api, bukan mengisi bejana.

(Socrates)

Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, kecuali mereka mengubah keadaan mereka sendiri.

(Q.S. Ar Ra'd Ayat 11)

Jangan pergi mengikuti kemana jalan akan berujung. Buat jalanmu sendiri dan tinggalkanlah jejak.

(Ralph W. Emerson)

Tugas Akhir ini, Penulis mempersembahkan kepada:

- ❖ Bapak dan Ibu tercinta atas doa, kasih sayang, dukungan dan semangat
- ❖ Adikku tersayang Keyra Zahwa Aulia atas dukungan dan semangat yang telah diberikan
- ❖ Keluarga besar dan teman teman Manajemen Bisnis yang telah memberi dukungan
- ❖ Almamater tercinta

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulisan Laporan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan judul **“ANALISIS STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN BAGIAN TOKO PT. RUMAH ATSIRI INDONESIA”**.

Tugas Akhir ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk mencapai Gelar Ahli Madya Program Studi Diploma III Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Sebelas Maret.

Peneliti menyadari bahwa Tugas Akhir ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penulisan Tugas Akhir ini. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Jamal Wiwoho, S.H., M.Hum selaku Rektor Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Bapak Prof. Drs. Djoko Suhardjanto M.Com, Ph.D, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Bapak Drs. Santoso Tri Hananto, M.Si.,Ak selaku Direktur Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Ibu Yeni Fajariyanti, SE, M.Si selaku ketua Program Studi Diploma III Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
5. Ibu Suryandari Istiqomah S.E., M.Sc selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan selama menjalani perkuliahan di Diploma III Manajemen Bisnis.
6. Ibu Yohana Tamara S.E., M.M selaku Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan saran sehingga Tugas Akhir dapat diselesaikan.

7. Natasha Clairine Mintarga selaku CEO PT. Rumah Atsiri Indonesia yang telah mengizinkan saya dalam melakukan kegiatan magang kerja di perusahaan.
8. Semua staf di PT. Rumah Atsiri Indonesia khususnya bagian Toko yang telah banyak membantu selama kegiatan magang kerja berlangsung.
9. Kedua orang tua saya yang tercinta yang selalu mendoakan setiap langkah saya dan memberikan dukungan yang penuh serta adik saya Keyra Zahwa Aulia yang telah membantu saya dalam menyusun Tugas Akhir.
10. Kekasih saya yang saya cintai Fighan Yordananta yang selalu mendampingi dan menemani saya baik dalam suka maupun duka pada penyusunan Tugas Akhir serta kedua orang tua kekasih saya yang turut mendoakan kelancaran dalam penyusunan Tugas Akhir saya.
11. Semua sahabat saya yang selalu membantu dan memberikan semangat kepada saya dalam menyusun Tugas Akhir.
12. Semua teman Diploma III Manajemen Bisnis angkatan 2017 yang telah menemani dan menjalani bersama masa perkuliahan selama tiga tahun.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu secara langsung maupun tidak langsung yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan tugas akhir.

Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun penelitian karena penulis menyadari adanya kekurangan dalam penyusunan penulisan tugas akhir ini.

Surakarta, 06 Agustus 2020

Penulis



Meidyana Eka Saputri

DAFTAR ISI

ANALISIS STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN BAGIAN TOKO PT. RUMAH ATSIRI INDONESIA.....	i
ABSTRAK.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN TUGAS AKHIR (TA).....	vi
MOTTO DAN HAL PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Metodologi Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Pengertian Pemasaran.....	9
B. Bauran Pemasaran.....	10
C. Pengertian Promosi	12
D. Promotional Mix	13
BAB III PEMBAHASAN	23
A. Gambaran Umum Perusahaan dan Analisis Pembahasan	23
1. Sejarah Perusahaan	23
2. Visi dan Misi Perusahaan	25
3. Struktur Organisasi	26
B. Laporan Magang Kerja.....	32

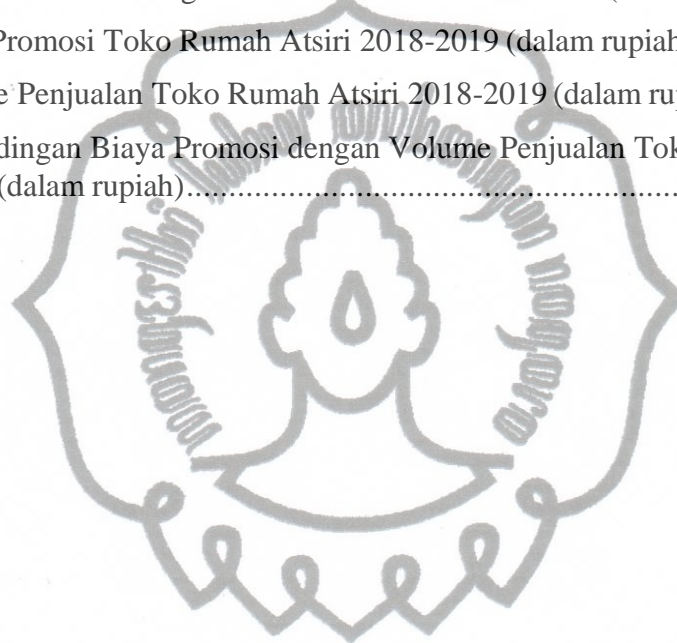
1. Pengertian Magang Kerja.....	32
2. Tujuan Magang.....	33
3. Manfaat Magang.....	33
4. Pelaksanaan Magang.....	33
5. Kegiatan Magang.....	34
C. Analisis Pembahasan.....	35
1. Antusiasme Pengunjung yang Datang.....	35
2. Kegiatan Promosi PT Rumah Atsiri Indonesia	37
3. Hambatan Promosi.....	50
4. Biaya Promosi	52
BAB IV PENUTUP.....	56
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....	62



DAFTAR TABEL

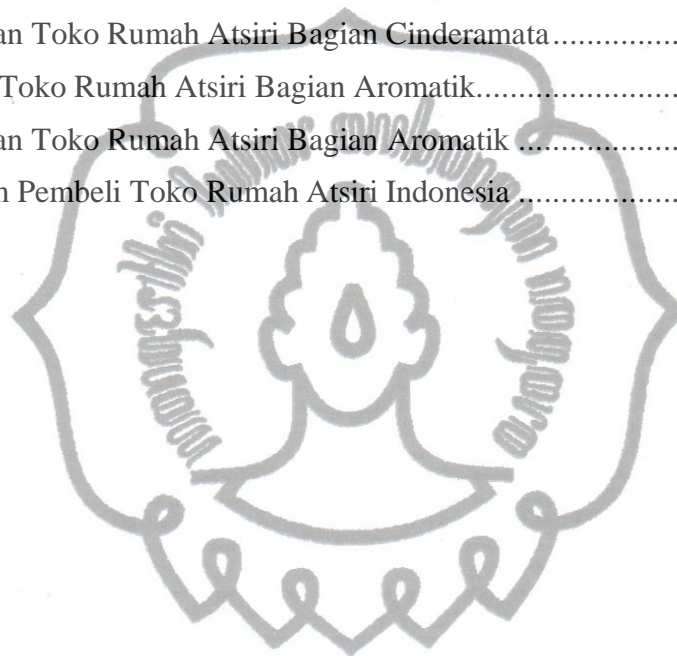
TABEL

3.1. Daftar Harga Bagian Tanaman Toko Rumah Atsiri.....	38
3.2. Daftar Harga Bagian Cinderamata Toko Rumah Atsiri.....	41
3.3. Daftar Harga Bagian Aromatik Toko Rumah Atsiri.....	44
3.4. Biaya Periklanan Toko Rumah Atsiri 2018-2019 (dalam rupiah)	52
3.5. Biaya Promosi Penjualan Toko Rumah Atsiri 2018-2019 (dalam rupiah)	53
3.6. Biaya Personal Selling Toko Rumah Atsiri 2018-2019 (dalam rupiah)	53
3.7. Biaya Promosi Toko Rumah Atsiri 2018-2019 (dalam rupiah)	54
3.8. Volume Penjualan Toko Rumah Atsiri 2018-2019 (dalam rupiah)	55
3.9. Perbandingan Biaya Promosi dengan Volume Penjualan Toko Rumah Atsiri 2018-2019 (dalam rupiah).....	55



DAFTAR GAMBAR**GAMBAR**

3.1 STRUKTUR ORGANISASI PT. RUMAH ATSIRI INDONESIA	27
3.2 E-commerce Toko Rumah Atsiri	36
3.3 Produk Toko Rumah Atsiri Bagian Tanaman	38
3.4 PENJUALAN TOKO RUMAH ATSIRI BAGIAN TANAMAN	40
3.5 Produk Toko Rumah Atsiri Bagian Cinderamata	41
3.6 Penjualan Toko Rumah Atsiri Bagian Cinderamata	43
3.7 Produk Toko Rumah Atsiri Bagian Aromatik	44
3.8 Penjualan Toko Rumah Atsiri Bagian Aromatik	46
3.9 Diagram Pembeli Toko Rumah Atsiri Indonesia	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Penilaian Magang dari Rumah Atsiri	62
Lampiran 2 : Lembar Presensi Magang di Rumah Atsiri	63
Lampiran 3 : Arsip Wawancara Tim Marketing Rumah Atsiri	64
Lampiran 4 : Foto saat Melakukan <i>Opname Stock</i>	65
Lampiran 5 : Foto <i>Upselling Product</i>	65
Lampiran 6 : Foto Toko Rumah Atsiri	66
Lampiran 7 : Foto Bersama Tim Toko Rumah Atsiri	67

