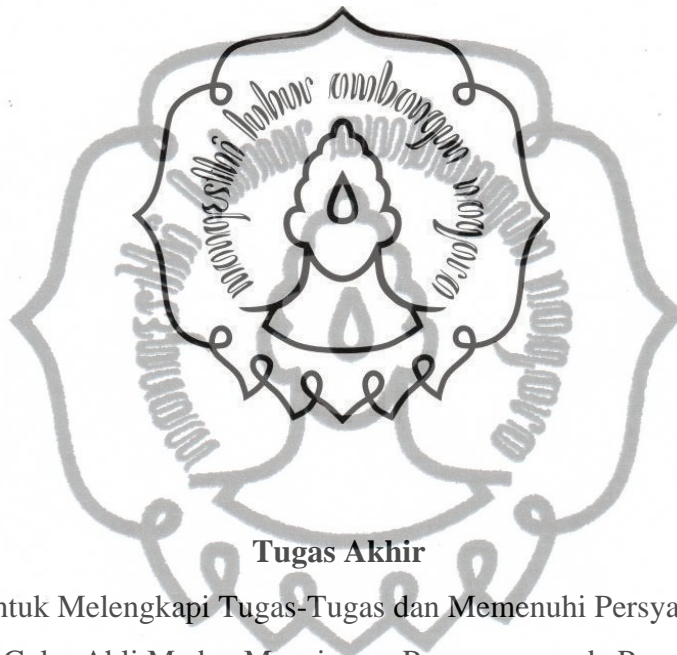


**PENERAPAN STRATEGI PROMOSI *MOVING*
EXHIBITION (MOVEX) PADA KENDARAAN NIAGA
UNTUK MENINGKATKAN PEMBELIAN CUSTOMER
PT. ASTRA INTERNATIONAL TBK - ISUZU SOLO**



Tugas Akhir

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Persyaratan Guna
Mencapai Gelar Ahli Madya Manajemen Pemasaran pada Program Studi
Diploma III Manajemen Pemasaran Sekolah Vokasi
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Disusun Oleh:

ADINI NUR RAMADHAN

F3217001

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2020**

**PENERAPAN STRATEGI PROMOSI *MOVING EXHIBITION*
(*MOVEX*) PADA KENDARAAN NIAGA UNTUK MENINGKATKAN
PEMBELIAN CUSTOMER PT. ASTRA INTERNATIONAL TBK-
ISUZU SOLO**

ABSTRAK

ADINI NUR RAMADHAN

F3217001

Strategi promosi merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan. Untuk menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, menuntut setiap perusahaan meningkatkan promosi produknya kepada konsumen. PT. Astra International Tbk-Isuzu Solo merupakan perusahaan ternama dan besar yang bergerak di bidang otomotif kendaraan niaga dan kendaraan pribadi. Dalam penjualannya PT. Astra International Tbk-Isuzu Solo tentu tidak lepas dari kegiatan pelaksanaan strategi promosi. Strategi pelaksanaan promosi merupakan langkah-langkah yang secara berurutan dari awal sampai akhir dalam proses mempromosikan suatu produk, yaitu melalui *moving exhibition (movex)*. yang terdiri dari kegiatan kunjungan langsung, pameran mall, serta pameran khusus otomotif.

Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *strategi moving exhibition (movex)* pada penjualan kendaraan niaga untuk meningkatkan pembelian customer yang sudah diterapkan oleh PT. Astra International Tbk – Isuzu Solo serta menjelaskan berbagai macam kegiatan – kegiatan *moving exhibition* dan kelebihan dari penerapan *strategi moving exhibition (movex)*.

Metode dari penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Data primer diperoleh dari wawancara dengan marketing PT. Astra International Tbk-Isuzu Solo dan hasil observasi penulis. Data sekunder diperoleh dari literatur buku-buku, jurnal dan data perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen PT. Astra International Tbk – Isuzu Solo telah melakukan kegiatan strategi promosi *moving exhibition (movex)* dengan baik untuk memperkenalkan produk kendaraan niaga kepada calon customer sehingga konten promosi dapat tersampaikan kepada calon customer dengan jelas mengenai kendaraan niaga.

Kata kunci : promosi, *moving exhibition*, kendaraan niaga.

**IMPLEMENTATION OF THE MOVING EXHIBITION (MOVEX)
PROMOTION STRATEGY IN COMMERCIAL VEHICLES TO
IMPROVE CUSTOMER PURCHASES PT. ASTRA INTERNATIONAL
TBK-ISUZU SOLO**

ABSTRACT

ADINI NUR RAMADHAN

F3217001

Promotion strategy is one of the most important factors for companies in increasing sales volume. To face increasingly fierce business competition, requires every company to increase its product promotion to consumers. PT. Astra International Tbk-Isuzu Solo is a well-known and large company engaged in the automotive commercial vehicle and private vehicle sector. In selling PT. Astra International Tbk-Isuzu Solo certainly cannot be separated from the implementation of a promotional strategy. The promotion strategy is a series of stages from beginning to end in the promotion process of a product, namely through moving exhibitions (movex). which consists of direct visit activities, mall exhibitions, and special automotive exhibitions.

Writing this final task aims to determine the application of the moving exhibition strategy (movex) in the sales of commercial vehicles to increase customer purchases that have been implemented by PT. Astra International Tbk - Isuzu Solo and explained the various kinds of moving exhibition activities and the advantages of implementing the moving exhibition strategy (movex).

The method of this research is descriptive research. Primary data obtained from interviews with marketing PT. Astra International Tbk-Isuzu Solo and the author's observations. Secondary data were obtained from literature books, journals and company data. The results of this study indicate that the management of PT. Astra International Tbk - Isuzu Solo has carried out a moving exhibition (movex) promotional strategy well to introduce commercial vehicle products to prospective customers so that promotional content can be conveyed to potential customers clearly about commercial vehicles.

Keywords: promotion, moving exhibition, commercial vehicle

PERNYATAAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir Dengan Judul:

**“PENERAPAN STRATEGI PROMOSI *MOVING EXHIBITION*
(*MOVEX*) PADA KENDARAAN NIAGA UNTUK MENINGKATKAN
PEMBELIAN CUSTOMER PT. ASTRA INTERNATIONAL TBK-**

ISUZU SOLO”



Surakarta, 21 oktober 2020

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Dr. Hidajat Hendarsjah, S.Si, MM

NIP. 1970013020130201

commit to user

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Dengan Judul:

**PENERAPAN STRATEGI PROMOSI *MOVING EXHIBITION*
(*MOVEX*) PADA KENDARAAN NIAGA UNTUK MENINGKATKAN
PEMBLHAN CUSTOMER PT. ASTRA INTERNATIONAL TBK –
ISUZU SOLO**

Telah disahkan oleh Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran
Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, 21 oktober 2020

Tim Penguji Tugas Akhir

Penguji



Reno Firman Anriza Hirianto, S.E. M.Sc.

NIP. 1994111620200901

Pembimbing



Dr. Hidajat Hendarsjah, S.Si, MM

NIP. 1970013020130201

Mengetahui,

Direktur

Sekolah Vokasi



Drs. Santoso Tri Hananto, M.Si., Ak

NIP. 196909241994021001

Kepala Program Studi

D3 Manajemen Pemasaran



Desy Mayasari, S.E., M.Sc

NIP. 1987121120130201

commit to user

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini mahasiswa Sekolah Vokasi Universitas

Sebelas Maret:

Nama : Adini Nur Ramadhan

NIM : F3217001

Program Studi : Diploma III Manajemen Pemasaran

Judul Tugas Akhir (TA) : Penerapan Strategi promosi *Moving Exhibition (Movex)* pada kendaraan niaga untuk meningkatkan pembelian customer PT. Astra International Tbk-Isuzu Solo.

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tugas Akhir yang saya kerjakan ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan jiplakan/salinan dari karya milik orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan ijazah dan pencabutan gelar diplamanya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 21 oktober 2020



Adini Nur Ramadhan

NIM. F3217001

commit to user

HALAMAN MOTTO

“Hidup ini seperti sepeda. Agar tetap seimbang, kau harus terus bergerak”

(Albert Einstein)

*“Orang-orang yang berhenti belajar akan menjadi pemilik masa lalu,
orang-orang yang masih terus belajar akan menjadi pemilik masa depan”*

(Mario Teguh)

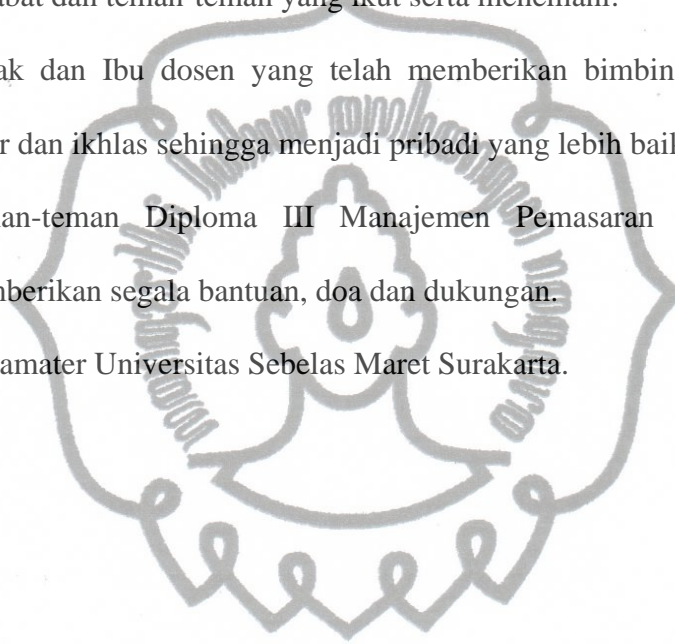
“kunci kesuksesan adalah fokus pada tujuan, bukan pada hambatan”

(Penulis)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur dan terima kasih saya mempersembahkan karya ini kepada:

1. Orang tua yang selalu mendukung dan memberikan semangat.
2. Sahabat dan teman-teman yang ikut serta menemani.
3. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bimbingan dengan sabar dan ikhlas sehingga menjadi pribadi yang lebih baik.
4. Teman-teman Diploma III Manajemen Pemasaran yang telah memberikan segala bantuan, doa dan dukungan.
5. Almamater Universitas Sebelas Maret Surakarta.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta inayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan baik dan selesai tepat waktu yang berjudul **PENERAPAN STRATEGI PROMOSI *MOVING EXHIBITION (MOVEX)* PADA KENDARAAN NIAGA UNTUK MENINGKATKAN PEMBELIAN CUSTOMER PT. ASTRA INTERNATIONAL TBK - ISUZU SOLO** Tugas ini penulis susun dalam rangka untuk memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Ahli Madya pada program Diploma III Manajemen Pemasaran, Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Untuk itu dalam kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada pihak-pihak yang telah membantu mensukseskan, memberikan dukungan, pengarahan dan bimbingan dalam penulisan laporan magang kerja industri ini:

1. Prof. Drs. Djoko Suhardjanto, M.Com.(Hons)., Ph.D., Ak., CA.
selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas
Maret Surakarta
2. Ibu Desy Mayasari S.E., M.Sc. selaku ketua program studi
Diploma III Manajemen Pemasaran Sekolah Vokasi Universitas
Sebelas Maret Surakarta.

3. Bapak Pram Suryanadi S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing sejak awal perkuliahan hingga sekarang.
4. Bapak Dr. Hidajat Hendarsjah S.Si, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbinganya selama proses magang dan penyelesaian laporan tugas akhir ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta yang sudah memberikan ilmu dan wawasannya.
6. Semua anggota keluarga yang penulis sayangi Ibu, Bapak dan Kakak yang telah memberikan motivasi semangat dari awal kuliah hingga terselesainya penyusunan Tugas Akhir ini.
7. Seluruh karyawan dan Manajemen dari Astra Isuzu Colomadu yang sudah memberikan kesempatan, ilmu dan pengalamannya dari awal magang kerja hingga pengumpulan data Tugas Akhir.
8. Semua teman-teman program studi Diploma III Manajemen Pemasaran Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret Surakarta Angkatan 2017 yang telah mendukung, saling membantu dan memberikan masukan.
9. Orang-orang yang saya sayangi serta semua pihak yang membantu penulis dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Disini penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih terdapat kekeliruan dan masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu

commit to user

penulis menerima semua masukan baik kritik, saran maupun sanggahan supaya dapat menjadi lebih baik lagi. Semoga tugas akhir ini dapat berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Surakarta, 21 oktober 2020

Penulis



Adini Nur Ramadhan

NIM. F3217001

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	 7
A. Pemasaran.....	7

commit to user

	B. Bauran Pemasaran	8
	C. Komunikasi Pemasaran	11
	D. Promosi.....	15
	E. Kerangka Pemikiran.....	17
BAB III	METODE PENELITIAN.....	18
	1. Desain Penelitian.....	18
	2. Jenis Data	18
	3. Teknik Pengumpulan Data	19
	4. Teknik Analisis Data.....	21
BAB IV	PEMBAHASAN.....	22
	A. Gambaran Umum Perusahaan	22
	1. Sejarah Perusahaan.....	22
	2. Logo Perusahaan	25
	3. Data Perusahaan	26
	B. Laporan Magang Kerja.....	28
	1. Deskripsi Magang Kerja.....	28
	2. Tujuan Magang Kerja.....	28
	3. Manfaat Magang Kerja	29
	4. Lokasi dan Pelaksanaan Magang Kerja.....	29
	5. Jam Kerja.....	30
	6. Uraian Magang Kerja	31
	C. Analisis	43
	1. Pengertian Strategi <i>Moving Exhibition</i>	43

2. Kegiatan - Kegiatan Strategi <i>Moving Exhibition</i> ...	43
3. Kelebihan Strategi <i>Moving Exhibition</i>	52
BAB IV PENUTUP	63
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	67



DAFTAR BAGAN

BAGAN	Halaman
Bagan II.1	17
Bagan IV.2	27



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Halaman
Gambar I.1 Grafik penjualan untuk wilayah jawa tengah.....	3
Gambar I.2 Data penjualan untuk wilayah jawa tengah.....	3
Gambar IV.1 Logo PT. Astra International Tbk - Isuzu Solo.....	25
Gambar IV.3 Lokasi Perusahaan.....	29
Gambar IV.5 <i>Moving Exhibition (movex)</i> kunjungan langsung.....	45
Gambar IV.6 <i>Moving Exhibition (movex)</i> pameran mall.....	47
Gambar IV.7 <i>Moving Exhibition (movex)</i> Astra AutoFest 2020.....	51
Gambar IV.8 <i>Moving Exhibition (movex)</i> Astra AutoFest 2020.....	51

DAFTAR TABEL

TABEL	Halaman
Tabel IV.4 Uraian Magang Kerja.....	31



