

**IMPLEMENTASI KEGIATAN PROMOSI
PADA USAHA DINDA PRINTING**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Manajemen Perdagangan (DIII)
Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Ahli
Madya*



**RINO AZHAR KURNIAWAN
17134067/2017**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PERDAGANGAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2021**

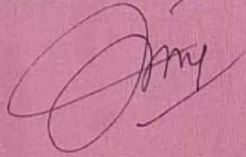
PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI PADA USAHA DINDA PRINTING

Nama : Rino Azhar Kurniawan
TM/NIM : 2017/17134067
Program Studi : DIII Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi

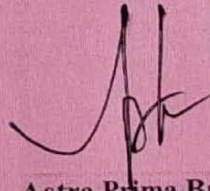
Padang, Oktober 2021

Disetujui Oleh :
Koordinator Program Studi
Diploma III Manajemen Perdagangan



Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph. D
NIP. 197512091999032001

Disetujui Oleh:
Pembimbing Tugas Akhir



Astra Prima Budiarti, SE, BBA.Hons, M.M
NIDN. 0026128903

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

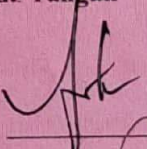
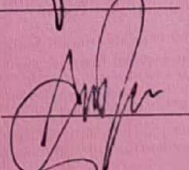
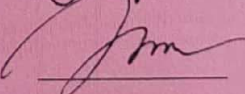
IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI PADA USAHA DINDA PRINTING

Nama : Rino Azhar Kurniawan
TM/NIM : 2017/17134067
Program Studi : DIII Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi

*Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas
Negeri Padang*

Padang, November 2021

Tim Penguji

Nama		Tanda Tangan
1. Astra Prima Budiarti, SE, BBA.Hons, M.M	(Ketua)	
2. Arief Maulana, SE, M.M	(Anggota)	
3. Megawati., SE., M.M	(Anggota)	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rino Azhar Kurniawan
Th. Masuk/NIM : 2017/17134067
Tempat/Tgl. Lahir : Bukittinggi, 30 November 1997
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Keahlian : Diploma III
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Gadut, Pauh Jorong PGRM
Judul Tugas Akhir : Strategi Promosi Pada Usaha Dinda Printing

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah orang lain.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji, dan ketua program studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku.

Padang, 10 februari 2021
Yang menyatakan,



Rino Azhar Kurniawan
NIM. 17134067

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : STRATEGI PROMOSI PADA USAHA DINDA PRINTING
Pembimbing : Astra Prima Budiarti, S.E., B.B.A.Hons, M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang digunakan oleh Usaha Dinda Printing dalam mempromosikan produk usahanya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif, yang menjabarkan/ menjelaskan keadaan dan kondisi dari Usaha Dinda Printing secara nyata khususnya tentang strategi promosi yang digunakan. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara mewawancarai narasumber, dan teknis analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif untuk menjabarkan tentang strategi promosi produk pada Usaha Dinda Printing.

Hasil dari penelitian ini adalah strategi promosi yang digunakan oleh usaha Dinda Printing belum sesuai dengan strategi promosi yang sempurna. Strategi promosi bisa dikatakan sempurna apabila semua strateginya telah diterapkan dengan sebaik baiknya. Sedangkan Usaha Dinda Printing ini hanya menerapkan beberapa strategi saja seperti, Memperkenalkan produk ke relasi lama, Mempekerjakan beberapa orang sales, Memberikan potongan harga, Hubungan Masyarakat, dan *Word of mout*. Dari strategi yang sudah diterapkan tersebut masih terdapat banyak kekurangan. Hal ini dikarenakan, masih ada beberapa strategi promosi yang masih belum diterapkan pada usaha tersebut. Strategi yang belum diterapkan tersebut adalah Pemasaran interaktif, Pemasaran lansung, dan Acara dan pengalaman. Selain itu strategi promosi yang sudah diterapkan pun masih belum bisa dikatakan baik, dikarenakan penerapannya belum maksimal.

Kata Kunci: Strategi Promosi

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “STRATEGI DISTRIBUSI PRODUK PADA PT. PRIMA JAYA MAJU BERSAMA”. Tugas akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya pada Jurusan Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan tugas akhir ini, penulis tidak terlepas dari hambatan dan rintangan dalam menyelesaikannya. Meskipun demikian atas bimbingan, bantuan, arahan, nasehat serta dukungan dari berbagai pihak maka penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

- 1 Allah SWT yang telah memberikan anugerahnya kepada penulis selama proses pengerjaan tugas akhir ini.
- 2 Bapak Dr. Idris, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- 3 Ibu Dina Patrisia, SE, M.Si, Ak, Ph.D. selaku koordinator program studi DIII Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- 4 Ibu Yuki Fitria, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing akademik yang sudah membimbing penulis selama melakukan perkuliahan di Universitas Negeri Padang.
- 5 Ibu Astra Prima Budiarti, S.E., B.B.A.Hons, M.M.selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, nasehat, serta arahan bagi penulis.
- 6 Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

- 7 Seluruh karyawan/karyawati Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- 8 Bapak Muhibbudin, selaku pemilik usaha Dinda Printing yang sudah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
- 9 Secara khusus penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua yang selalu memberikan semangat serta dukungan yang tidak pernah henti hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
- 10 Teman-teman yang selalu memberikan semangat, serta selalu setia dalam mendampingi hingga penulis menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna mengembangkan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi kita semua.

Padang, Februari 2021

Rino Azhar Kurniawan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN	ii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Pemasaran	5
1. Pengertian Pemasaran	5
2. Konsep Pemasaran	6
3. Bauran Pemasran	6
B. Promosi	7
1. Pengertian Promosi	7
2. Fungsi Promosi	8
3. Tujuan Promosi	8
4. Langkah-langkah Promosi Efektif	9
C. Strategi Promosi	10
1. Pengertian Strategi	10
2. Pengertian Strategi Promosi.....	11
3. Jenis-jenis Strategi Promosi	11
4. Bentuk strategi Promosi	14
D. Tahapan dari Promosi.....	17
BAB III PENDEKATAN PENELITIAN.....	20
A. Bentuk Peneltian	20

B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	20
1. Lokasi Penelitian.....	20
2. Waktu penelitian	20
C. Rancangan Penelitian	20
1. Jenis Penelitian.....	20
2. Tahapan Penelitian.....	21
3. Prosedur Penelitian	21
4. Objek Penelitian.....	22
5. Sumber Data.....	22
6. Teknik Pembahasan	23
BAB IV PEMBAHASAN	24
A. Gambaran Umum	24
1. Sejarah Dinda Printing.....	24
1. Visi dan Misi.....	25
2. Logo Perusahaan.....	26
3. Lokasi Dinda Printing.....	26
4. Kegiatan Umum dan jenis usaha Dinda Printing	26
5. Struktur Organisasi	29
6. Fungsi dan Tugas Staf.....	29
7. STP Dinda Printing	30
8. SWOT Dinda Printing.....	32
B. Pembahasan.....	33
BAB V PENUTUP.....	40
A. Kesimpulan	40
B. Saran	41
DAFTAR PUSTAKA.....	43
LAMPIRAN.....	46
2. Daftar Pertanyaan	48
3. Dokumentasi selama proses penelitian.....	48

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan kehidupan perekonomian yang sangat pesat di era globalisasi ini menyebabkan meningkatnya kebutuhan manusia. Hal ini mengharuskan setiap perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya dengan cara merancang strategi untuk memenuhi kebutuhan manusia yang semakin kompleks tersebut. Oleh sebab itu, perusahaan dituntut untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain. Hal ini bertujuan agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri, baik di bidang manufaktur, perdagangan, maupun bidang lainnya. Dibutuhkan strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan, agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Salah satunya dengan melakukan promosi penjualan. Dalam hal ini perusahaan perlu menerapkan strategi promosi penjualan yang tepat, agar perusahaan tersebut tetap memenangkan persaingan.

Kegiatan promosi merupakan salah satu ujung tombak keberhasilan perusahaan dalam usaha untuk menjual serta meningkatkan nilai perusahaan di mata konsumen terhadap produk yang dijual. Promosi merupakan proses yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah penjualan agar perusahaan tersebut tetap mendapatkan keuntungan dan tetap bertahan. Kegiatan dalam promosi juga harus mengandung unsur-unsur pokok lain seperti permintaan produk dan selera konsumen, sehingga para konsumen akan merasa puas dengan produk tersebut. Pada suatu organisasi perusahaan, seorang pemilik usaha harus mengetahui dan menentukan kebutuhan, keinginan, dan minat dari pasar serta memberikan

kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien. Oleh sebab itu, pentingnya aktifitas promosi dalam mempertahankan eksistensi usaha, tidak hanya menyangkut perusahaan besar. Perusahaan *home industry* juga perlu melakukan strategi promosi untuk tetap bertahan.

Di daerah Kabupaten Agam, tepatnya di Tanjung Alam, Jambu Aia, Kecamatan Banuhampu, Kabupaten Agam, terdapat beberapa *home industry* dalam bidang usaha sablon plastik, yaitu Dinda Printing, Sar Printing, dan Firman Printing di antara ketiga *home industry* tersebut, Dinda Printing merupakan *home industry* yang paling besar, hal ini dikarenakan kedua usaha tersebut membeli bahan bakunya di Dinda Printing. Selain itu Dinda Printing juga merupakan *home industry* tertua dari kedua usaha tersebut. Hal ini dikarenakan pemilik Sar printing dan Firman printing merupakan mantan karyawan dari Dinda printing.

Perusahaan *home industry* yang akan penulis teliti strategi promosinya adalah Dinda Printing. Dinda printing merupakan suatu *home industry* yang bergerak di bidang produksi percetakan sablon plastik. Dinda printing melayani pesanan cetakan sablon plastik yang bisa dipesan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Sehingga produk yang dihasilkan hanya berdasarkan pesanan dari konsumen.

Saat ini, ini persaingan percetakan plastik di daerah Kabupaten Agam dan Kota Bukittinggi semakin ketat, karena banyak perusahaan sejenis yang baru bermunculan. Dinda printing menekankan pada kualitas produknya dan menggunakan bahan baku yang berkualitas. Akan tetapi, kualitas produk saja tidak cukup dalam memenangkan persaingan pasar saat ini. Perusahaan perlu

memikirkan strategi agar produk yang dihasilkan dapat dikenal bahkan disukai oleh konsumen potensial. Strategi yang tepat dapat memengaruhi hasil penjualan. Hal ini dapat dilihat dari tabel berikut ini.

Tahun	2018	2019	2020
Penjualan Plastik Dalam Kilogram	60.906 Kg	73.220 Kg	65.896Kg
Penjualan Plastik Dalam Lembar	553.200 Lembar	912.531 Lembar	123.380 Lembar

Tabel 1 Penjualan barang dan jasa pada usaha Dinda Printing

Sebagaimana dijelaskan pada tabel 1 , terjadi penurunan penjualan pada jasa sablon, di tahun 2020 penjualan sebanyak 65.896 Kg sedangkan 2019 sebanyak 73.220 Kg, fenomena ini mengakibatkan penurunan pada usaha Dinda Printing. Perusahaan perlu memikirkan strategi agar produk yang dihasilkan dapat dikenal bahkan disukai oleh konsumen potensial.

Sebelum memulai suatu usaha, perusahaan harus merencanakan segala sesuatunya dengan matang, seperti manajemen, jenis produk, dan strategi promosi yang akan digunakan Pada saat ini banyak cara yang bisa digunakan untuk melakukan promosi penjualan, karena di era globalisasi ini konsumen sangat memperhatikan sekali bagaimana suatu perusahaan melakukan promsoinya. Bagi perusahaan yang kurang memahami bagaimana strategi promosi yang baik, maka akan sulit bagi mereka untuk mendapatkan konsumen. Seperti halnya yang dilakukan oleh Dinda Printing.

Salah satu strategi yang perlu dilakukan adalah strategi promosi. Dinda Printing masih menerapkan strategi promosi yang sangat tradisional, padahal masih banyak strategi promosi lain yang dapat dilakukan seperti periklanan, acara

dan pengalaman, pemasaran langsung, dan pemasaran Intelektual. Dinda Printing melakukan strategi promosi berupa word of mouth, penjualan personal, hubungan masyarakat dan promosi penjualan. Dinda printing tidak memiliki *website* resmi yang bisa dikunjungi oleh konsumen, sehingga konsumen atau pembeli tidak bisa mencari data atau melihat produk yang dihasilkan oleh Dinda printing ini. Dinda printing ini lebih menonjolkan promosinya melalui mulut ke mulut, sedangkan sales promotion tidak terlalu intens dilakukan dan juga promosi penjualan serta hubungan masyarakat tidak terlalu sempurna dilaksanakan. Adapun strategi promosi yang baik adalah apabila produk kita tersebut semakin dikenal oleh konsumen dan strategi promosi yang tepat dan meningkatkan penjualan dari produk tersebut. Berdasarkan Pendapat para ahli dan data penjualan yang sudah dikumpulkan di lapangan maka, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang **“Strategi promosi pada usaha Dinda Printing”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh Dinda Printing.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah mendeskripsikan strategi promosi produk yang dilakukan oleh Dinda Printing.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk menambah pengetahuan, pengalaman dan wawasan mengenai strategi promosi yang di terapkan.

2. Bagi CV. Dinda printing

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam menetapkan strategi promosi yang tepat untuk meningkatkan volume penjualan.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan menjadi sarana dalam menyediakan informasi untuk mengkaji lebih banyak lagi masalah- masalah yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian ini.