

**TINJAUAN BAURAN PROMOSI PADA CV CITRA DRAGON
SUNGAI SARIAK PADANG PARIAMAN**

TUGAS AKHIR

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



Oleh:

OLIVIA ALMAERI
NIM.19134067/2019

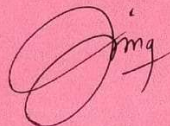
**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PERDAGANGAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2022**

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

**TINJAUAN Bauran Promosi pada CV Citra Dragon
Sungai SariaK Padang Pariaman**

Nama : Olivia Almaeri
NIM/TM : 19134067
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi

Diketahui oleh
Koordinator Program Studi DIII
Manajemen Perdagangan



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

Padang, Juli 2022
Disetujui oleh
Pembimbing Tugas Akhir



Whyosi Septrizola, SE, MM
NIP. 197909052003122001




PENGESAHAN TUGAS AKHIR

**TINJAUAN Bauran Promosi pada CV Citra Dragon
Sungai SariaK Padang Pariaman**

Nama : Olivia Almaeri
NIM/TM : 19134067/2019
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji Didepan Tim Penguji Tugas Akhir Prodi Manajemen
Perdagangan DIII Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Padang, 19 Juli 2022

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
Whyosi Septrizola, SE, MM	(Ketua)	
Rini Sarianti, SE, M.Si	(Anggota)	
Astra Prima Budiarti, SE, BBA. Hons, MM	(Anggota)	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Olivia Almaeri
NIM/TM : 19134067/2019
Tempat/ Tanggal Lahir : Pariaman, 27 Mei 2001
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Lubuk Pua, Balah Aia Utara
Judul Tugas Akhir : Tinjauan Bauran Promosi Pada CV Citra
Dragon Sungai Sariak Padang Pariaman

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir saya adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik 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 yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditanda tangani asli oleh pembimbing, tim penguji, dan ketua program studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidak benaran 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 di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Padang, 7 Juni 2022

Yang menyatakan,


Olivia Almaeri
NIM. 19134067



ABSTRAK

Olivia Almaeri (19134067) : **Tinjauan Bauran Promosi Pada CV Citra Dragon Sungai Sariak Padang Pariaman**

Pembimbing : **Whyosi Septrizola, SE, MM**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Tinjauan Bauran Promosi pada CV Citra Dragon Sungai Sariak Padang Pariaman, yang meliputi: (1) Bagaimana bauran promosi yang dilakukan oleh CV Citra Dragon Sungai Sariak Padang Pariaman, (2) Apa saja bentuk kegiatan bauran promosi pada CV Citra Dragon Sungai Sariak Padang Pariaman (3) Siapa saja yang menjadi target pasar CV Citra Dragon Sungai Sariak Padang Pariaman (4) Apa saja kendala bauran promosi pada CV Citra Dragon Sungai Sariak Padang Pariaman, dan (5) Cara mengatasi kendala bauran Promosi pada CV Citra Dragon Sungai Sariak Padang Pariaman. Metode pengumpulan data adalah: metode wawancara dan metode dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa CV Citra Dragon Sungai Sariak Padang Pariaman telah menerapkan empat dari delapan bauran promosi, yaitu: periklanan (*advertising*), pemasaran langsung (*direct marketing*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan getuk tular (*word of mouth*). Namun, masih kurang maksimal dalam hal penerapannya sehingga penjualan perusahaan tidak stabil.

Kata Kunci: Bauran Promosi.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat membuat dan menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul **Tinjauan Bauran Promosi Pada CV Citra Dragon Sungai Sariak Padang Pariaman**. Tugas Akhir ini merupakan sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada program Studi Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan tugas akhir ini tentu penulis tidak terlepas dari hambatan-hambatan. Meskipun demikian, atas bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak maka penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan semestinya.

Untuk itu pada kesempatan ini, penulis ingin sekali mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Whyosi Septrizola, SE, MM. selaku pembimbing tugas akhir ini yang telah banyak meluangkan waktu, membimbing, memberikan nasihat, masukan dan selalu sabar membimbing penulis.
2. Bapak Dr. Idris, M.si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D selaku ketua prodi DIII Manajemen Perdagangan.
4. Bapak/ibu staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

5. Staf administrasi program studi DIII Manajemen Perdagangan.
6. Kepada pimpinan CV Citra Dragon Sungai Sariak Padang Pariaman yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan kegiatan penelitian sehingga penulis lebih mudah menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Kepada orang tua dan saudara penulis yang selalu memberikan doa beserta dukungan kepada penulis baik secara moral maupun materi, sehingga penulis dapat melanjutkan pendidikan hingga saat ini.
8. Kepada senior penulis Amin Razid A.Md., dan teman seperjuangan penulis Raqiqah Ufaira, dan Putri Anisya yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu dan membimbing penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini.

Sebagai penutup, penulis menyadari banyak sekali kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun, penulis harapkan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan penulis tugas akhir selanjutnya serta kita semua. Aamiin.

Padang, Juli 2022

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Promosi	8
B. Bauran Promosi	14
C. Faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi	18
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Bentuk Penelitian	21
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	21
C. Rancangan Penelitian	21
BAB IV PEMBAHASAN	26
A. Profil Perusahaan	26
B. Hasil dan Pembahasan	34
BAB V PENUTUP	44
A. Simpulan	44
B. Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Contoh Promosi CV Citra Dragon	3
Gambar 2. CV Citra Dragon Tampak Depan	29
Gambar 3. Logo CV Citra Dragon	29
Gambar 4. Struktur Organisasi CV Citra Dragon	31
Gambar 5. Bentuk Promosi CV Citra Dragon	34
Gambar 6. Bentuk Hadiah dari Pembelian Produk	35
Gambar 7. Instagram CV Citra Dragon	37
Gambar 8. Akun Facebook CV Citra Dragon	38
Gambar 9. Bentuk Pemasaran Langsung Menggunakan Telepon	39

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penjualan Produk CV Citra Dragon

8

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Observasi	3
Lampiran 2. Surat Balasan Observasi	4
Lampiran 3. Kuesioner Wawancara	5
Lampiran 4. Foto wawancara	6

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Agroindustri merupakan salah satu bidang yang sangat berpengaruh dalam pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Untuk meningkatkan perkembangan agroindustri, maka diperlukan adanya sarana dan prasarana yang memadai dalam sistem produksi pertanian. Pengelolaan yang tepat dan efisien dapat memberikan banyak manfaat, seperti: meningkatnya jumlah sektor ekspor lokal, meningkatnya penyerapan tenaga kerja, hal tersebut akan mengakibatkan terjadinya peningkatan pada sektor ekonomi daerah, dan juga peningkatan pendapatan petani lokal. Oleh karena itu, Indonesia terkhusus daerah yang mempunyai komoditas ekspor melimpah sangat membutuhkan sarana dan prasana, serta teknologi yang mendukung dalam kegiatan pertanian agar dapat menghasilkan suatu hasil olahan yang baik dan berkualitas.

Indonesia telah memasuki era perekonomian revolusi 5.0. Perdagangan internasional memungkinkan Indonesia untuk menghadapi persaingan dari berbagai sektor dari seluruh dunia. Sebagai persiapan untuk menghadapi tantangan persaingan, maka perusahaan harus memperhatikan perkembangan dayaguna sumberdayanya agar semua tujuan dapat berjalan dengan efektif dan efisien sesuai dengan harapan dan tujuan perusahaan. Tercapainya tujuan suatu perusahaan tidak lepas

dari terealisasinya strategi perusahaan yang tepat dan andal, serta terimplementasi pemasarannya.

Salah satu kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan adalah promosi. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan pendapatan suatu usaha, akan tetapi juga sebagai sarana penunjang agar citra suatu merek dapat melekat dipikiran konsumen. Dalam rangka menarik minat konsumen baru dan mempertahankan konsumen potensial, maka perusahaan harus melakukan komunikasi yang efektif terhadap konsumen. Komunikasi tersebut dituangkan dengan cara menerapkan Bauran Promosi (*Promotion Mix*).

Dalam rangka bersaing dengan perusahaan lain, maka dibutuhkan jalan keluar yang mampu meningkatkan kinerja perusahaan. Salah satu jalan keluarnya adalah masalah pemasaran dan media promosi yang efektif. Bauran Promosi (*Promotion Mix*) adalah suatu perpaduan dari alat-alat promosi yang digunakan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai untuk konsumen dan membangun hubungan dengan konsumen.

Dalam penelitian ini, penulis ingin meneliti CV Citra Dragon yang merupakan salah satu CV terbesar yang ada di Kecamatan VII Koto Sungai Sariak yang telah berdiri pada tahun 1978, berlokasi di Jl. Raya Sicincin–Pariaman Km 8 Kecamatan VII Koto Sungai Sarik. CV Citra Dragon bergerak dalam bidang perbengkelan dan produksi mesin pertanian. Jika dilihat dari usaha yang dijalankan, perusahaan tersebut

mampu menghasilkan produk yang tidak kalah dengan merek-merek ternama, bahkan dengan produk impor dari luar negeri pun dapat bersaing dengan baik. Berikut ini adalah salah satu media promosi dari CV Citra Dragon:



Gambar 1. Contoh Promosi CV Citra Dragon

Sumber: CV Citra Dragon, Tahun 2022.

Gambar diatas merupakan salah satu strategi promosi penjualan yang digunakan oleh CV Citra Dragon yaitu berbentuk media cetak yang berupa brosur. Media promosi berupa brosur yang digunakan oleh perusahaan masih bersifat sederhana dan tidak adanya ditemukan kalimat persuasif (bujukan) untuk menarik minat beli konsumen.

CV Citra Dragon mempunyai peluang yang besar untuk dapat berkembang dan maju ke ajang nasional, dikarenakan CV Citra Dragon mempunyai produk unggul yang tidak kalah saing dengan produk ternama dan impor yang menjual jenis produk yang berdayaguna sama. Untuk daerah Kabupaten Padang Pariaman. Akan tetapi masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang perusahaan ini, dikarenakan

belum efektifnya bauran promosi yang dilakukan, Oleh karena itu, perusahaan harus merancang promosi yang tepat, efektif, dan handal, agar masyarakat khususnya pasar sasaran dapat mengetahui dan mengenal sedikit lebih banyak mengenai produk perusahaan.

Menurut Ari (2015:222), “Promosi berperan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen agar menanggapi produk atau jasa yang ditawarkan. Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli”

Berikut ini adalah data penjualan CV Citra Dragon pada bulan Januari–Desember 2021:

Tabel 1. Penjualan Produk CV Citra Dragon Sungai Sariak Padang Pariaman Januari–Desember 2021

No.	Bulan	Penjualan (Unit)
1.	Januari	28
2.	Februari	28
3.	Maret	36
4.	April	28
5.	Mei	26
6.	Juni	27
7.	Juli	38
8.	Agustus	33
9.	September	33
10.	Oktober	28
11.	November	30
12.	Desember	34
Total		369

Sumber: CV Citra Dragon, Tahun 2022.

Berdasarkan Tabel 1 di atas dapat disimpulkan bahwa penjualan pada CV Citra Dragon tidak stabil setiap bulannya. Pada bulan Januari dan Februari 2021, penjualan stabil. Sementara pada bulan Maret 2021, penjualan mengalami peningkatan. Pada bulan April, Mei dan Juni 2021, penjualan mengalami penurunan. Penjualan mengalami peningkatan pada bulan Juli 2021, sedangkan pada bulan Agustus dan September 2021, penjualan kembali stabil. Sementara pada bulan Oktober 2021, penjualan mulai menurun kembali, serta pada bulan November dan Desember penjualan mengalami peningkatan. Hal ini diindikasikan bahwa bauran promosi serta kurang optimalnya penggunaan sosial media sebagai media promosi.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka diperlukan penelitian lebih lanjut dengan judul: **“Tinjauan Bauran Promosi pada CV Citra Dragon Sungai Sarik Padang Pariaman.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan bauran promosi yang dilakukan pada CV Citra Dragon Sungai Sarik Padang Pariaman?
2. Apa saja bentuk kegiatan bauran promosi pada CV Citra Dragon Sungai Sariak Padang Pariaman?
3. Apa saja kendala bauran promosi pada CV Citra Dragon Sungai Sariak Padang Pariaman?

4. Cara mengatasi kendala bauran promosi pada CV Citra Dragon Sungai Sariak Padang Pariaman?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui penerapan bauran promosi yang dilakukan pada CV Citra Dragon Sungai Sariak Padang Pariaman?
2. Mengetahui bentuk kegiatan bauran promosi pada CV Citra Dragon Sungai Sariak Padang Pariaman?
3. Mengetahui kendala bauran promosi pada CV Citra Dragon Sungai Sariak Padang Pariaman?
4. Mengetahui solusi dari kendala bauran promosi pada CV Citra Dragon Sungai Sariak Padang Pariaman?

5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Penulis

Sebagai syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya, dan memenuhi Tugas Akhir Program Studi DIII Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, serta sebagai bahan masukan untuk memperluas dan menambah pengetahuan penulis, khususnya yang berkaitan dengan Bauran Promosi.

b. Bagi Akademis

Hasil penelitian dapat dijadikan rujukan dan referensi kepustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, jika melakukan penelitian lebih lanjut mengenai Bauran Promosi.

c. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat membantu CV Citra Dragon untuk melakukan tinjauan mengenai Bauran Promosi, baik jangka pendek maupun jangka panjang.