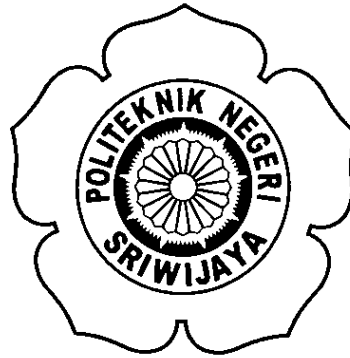


**STRATEGI BAURAN PROMOSI (*PROMOTIONAL MIX*) DALAM MENCAPAI
TARGET PENJUALAN DAN *SERVICE* MOTOR HONDA PADA
CV ANUGERAH KENCANA MOTOR PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

**Disusun Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III
Pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh:

**Jessica Rahmadona
NPM 061930601549**

**PROGRAM STUDI ADMINSTRASI BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWJAYA
2022**

**STRATEGI BAURAN PROMOSI (PROMOTIONAL MIX) DALAM MENCAPAI
TARGET PENJUALAN DAN SERVICE MOTOR HONDA PADA
CV ANUGERAH KENCANA MOTOR PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

**Disusun Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III
Pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh:

**Jessica Rahmadona
NPM 061930601549**

Menyetujui,

Palembang, Agustus 2022

Pembimbing I,

**Yusnizal Firdaus, S.E., M.M
NIP 196310221988031001**

Pembimbing II,

**Hendra Sastrawinata, S.E., M.M
NIP 197208182003121002**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,**

**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB
NIP 197602222002121001**

**Koordinator Program Studi
D-III Administrasi Bisnis,**

**Fetty Maretha, S.E., M.M
NIP 198203242008012009**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI

POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA

Jalan Srijaya Negara Palembang 30139

Telepon 0711-353414 Fax 0711-355918

Website www.polsriwijaya.ac.id Email info@polsri.ac.id



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jessica Rahmadona
NPM : 061930601549
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis /DIII Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Strategi Bauran Promosi (*Promotional Mix*)
dalam Mencapai Target Penjualan dan *Service*
Motor Honda pada CV Anugerah Kencana Motor
Palembang

Demngan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan saya plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Agustus 2022

Yang membuat pernyataan,



Jessica Rahmadona

NPM 061930601549




LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Jessica Rahmadona
NPM : 061930601549
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Strategi Bauran Promosi (*Promotional Mix*) dalam Mencapai Target Penjualan dan *Service Motor Honda* pada CV Anugerah Kencana Motor Palembang

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
dan dinyatakan LULUS

Pada Hari: Jumat
Tanggal: 29 Juli 2022

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	<u>Yusnizal Firdaus, S.E., M.M</u> Ketua Penguji		04 Agustus 2022
2.	<u>Rini, S.E., M.AB</u> Anggota Penguji		03 Agustus 2022
3.	<u>M. Yusuf, S.E., M.Si., Ph.D</u> Anggota Penguji		26 Agustus 2022

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

- Teruslah berusaha dan jangan pernah menyerah walaupun sesulit apapun jalannya, kamu pasti bisa melewatinya
- Jadilah pribadi yang lebih baik dari hari ke hari dan teruslah introspeksi diri

Kupersembahkan untuk:

- ❖ Kedua Orang Tuaku Tercinta
- ❖ Saudara-Saudaraku Tersayang
- ❖ Dosen dan Staff Jurusan
Administrasi Bisnis
- ❖ Teman Seperjuangan
- ❖ Almamaterku

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir dengan judul **“Strategi Bauran Promosi (*Promotional Mix*) dalam Mencapai Target Penjualan dan Service Motor Honda pada CV Anugerah Kencana Motor Palembang”**.

Tujuan penyusunan Laporan Akhir ini untuk mengetahui bagaimana strategi bauran promosi yang digunakan serta yang paling efektif dalam mencapai target penjualan dan *service* motor Honda pada CV Anugerah Kencana Motor Palembang. Selain itu, tujuan dari penyusunan Laporan Akhir ini adalah untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan pendidikan Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi DIII Adminstrasi Bisnis di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Penulis menyadari bahwa Laporan Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan ilmu yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih atas bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini.

Palembang, Agustus 2022

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan lancar dan baik. Penulis menyadari bahwa laporan ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, petunjuk, masukan, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T, selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M. AB, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi D3 Administrasi Bisnis.
5. Bapak Yusnizal Ferdaus, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia memberikan bimbingan, pengarahan dan juga saran kepada penulis.
6. Bapak Hendra Sastrawinata, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia memberikan bimbingan, pengarahan dan juga saran kepada penulis.
7. Seluruh dosen, karyawan dan staff Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
8. Bapak Doni Irawan, selaku Kepala Cabang CV Anugerah Kencana Motor Palembang yang telah memberikan izin untuk pengambilan data.
9. Bapak Andi Hidayat, selaku karyawan CV Anugerah Kencana Motor Palembang bagian Marketing Support yang telah membantu penulis selama melakukan penelitian di CV Anugerah Kencana motor Palembang.
10. Seluruh karyawan CV Anugerah Kencana Motor Palembang yang telah bersedia membantu penulis dalam mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penyusunan Laporan Akhir ini.
11. Orangtua dan keluarga penulis yang senantiasa mendukung, mendoakan serta memberikan semangat dan bantuan baik berupa moril maupun materil serta selalu mencurahkan kasih dan sayangnya untuk penulis.

12. Kakak dan adik penulis yang senantiasa memberikan dukungan, semangat dan selalu mendoakan kelancaran kegiatan penulis.
13. Sahabat serta teman-teman penulis yang telah mendukung dan memberikan semangat kepada penulis dalam pembuatan laporan akhir ini.
14. Semua rekan mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya teman-teman seperjuangan kelas 6NF angkatan 2019 Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberikan semangat serta dukungan kepada penulis

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan dan semoga kita selalu mendapat perlindungan-Nya.

Palembang, Agustus 2022

Penulis

ABSTRAK

Tujuan dari penulisan Laporan Akhir ini adalah untuk mengetahui strategi bauran promosi apa saja yang digunakan dan yang paling efektif dalam mencapai target penjualan dan *service* motor Honda pada CV Anugerah Kencana Motor Palembang. Data pendukung yang penulis peroleh berasal dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dengan menggunakan metode analisis data deskriptif kualitatif. Strategi bauran promosi yang diterapkan perusahaan berjumlah 8 yaitu Periklanan, Penjualan Perorangan, Promosi Penjualan, *Event and Experiences*, Humas dan Publisitas, Penjualan Langsung, *Interactive Marketing* dan *Word-of-mouth*. Dari hasil analisis data maka di dapatkanlah hasil bahwa strategi yang dilakukan oleh CV Anugerah Kencana Motor Palembang sudah baik hanya saja belum cukup optimal dijalankan oleh perusahaan sedangkan strategi yang paling efektif dalam mencapai target perusahaan adalah *Event and Experiences* yaitu dengan melakukan kegiatan pameran. Saran dari penulis yaitu sebaiknya CV Anugerah Kencana Motor Palembang perlu membuat akun khusus penjualan motor di tiktok untuk menarik calon konsumen, dalam memposting konten di story instagram diusahakan untuk melakukannya setiap hari dan sebaiknya perusahaan membuat link di bio instagram yang langsung terhubung dengan *contact person* dan sosial media lainnya.

Kata Kunci: Strategi, Bauran Promosi, CV Anugerah Kencana Motor Palembang.

ABSTRACT

The purpose of writing this Final Report is to find out what promotional mix strategies are used and the most effective in achieving sales and service targets for Honda motorcycles at CV Anugerah Kencana Motor Palembang. The supporting data that the authors obtained came from the results of interviews, observations and documentation using qualitative descriptive data analysis methods. There are 8 promotional mix strategies implemented by the company, namely Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Events and Experiences, Public Relations and Publicity, Direct Selling, Interactive Marketing and Word-of-mouth. From the results of data analysis, it was found that the strategy carried out by CV Anugerah Kencana Motor Palembang was good, but not optimally carried out by the company while the most effective strategy in achieving the company's target was Event and Experiences, namely by conducting exhibition activities. The suggestion from the author is that CV Anugerah Kencana Motor Palembang needs to create a special account for motorcycle sales on Tiktok to attract potential consumers, in posting content on Instagram stories, try to do it every day and the company should create a link in the Instagram bio that is directly connected to the contact person and social. other media.

Keywords: Strategy, Promotional Mix, CV Anugerah Kencana Motor Palembang.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Praktis	6
1.4.2 Manfaat Teoritis	6
1.5 Metodologi Penelitian	7
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian	7
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	7
1.5.3 Metode Pengumpulan Data	
1.5.4 Teknik Analisis Data	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran	12
2.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	12

2.2 Strategi Bauran Promosi	13
2.2.1 Pengertian Strategi	13
2.2.2 Pengertian Promosi	14
2.2.3 Bauran Promosi (<i>Promotional Mix</i>)	14
2.1 Target Penjualan	15
2.1.1 Pengertian Target	15
2.1.2 Pengertian Penjualan	16
 BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	17
3.2 Visi dan Misi Perusahaan	17
3.3 Struktur Organisasi Perusahaan	18
3.4 Daftar Harga Produk Tahun 2022	21
3.5 Media Promosi yang Digunakan	22
3.6 Kegiatan Promosi yang Dilakukan Perusahaan	22
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Strategi Bauran Promosi (<i>Promotional Mix</i>) dalam Mencapai Target Penjualan dan <i>Service Motor Honda</i> pada CV Anugerah Kencana Motor Palembang	24
4.2 Strategi Bauran Promosi (<i>Promotional Mix</i>) yang Paling Efektif dalam Mencapai Target Penjualan dan <i>Service Motor Honda</i> pada CV Anugerah Kencana Motor Palembang	47
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran	51

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Target dan Realisasi Penjualan Motor Honda Tahun 2019-2021	2
Tabel 3.2 Target dan Realisasi Penjualan Motor Honda Bulan Januari s/d Juni 2022	3
Tabel 3.3 Target dan Realisasi <i>Service</i> Motor Honda Tahun 2019-2021	4
Tabel 3.4 Target dan Realisais <i>Service</i> Motor Honda Bulan Januari s/d Juni 2022	4
Tabel 3.5 Persentase Pencapaian Target Penjualan Tahun 2019-2021	24
Tabel 3.6 Persentase Pencapaian Target Penjualan Bulan Januari s/d Juni 2022	25
Tabel 3.7 Persentase Pencapaian Target <i>Service</i> Motor Honda Tahun 2019-2021	26
Tabel 3.5 Persentase Pencapaian Target <i>Service</i> Motor Honda Bulan Januari s/d Juni 2022	27

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Visi dan Misi Perusahaan	9
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Perusahaan	11
Gambar 4.1 Periklanan tentang Produk Honda (Koran)	29
Gambar 4.2 Periklanan tentang <i>Service</i> Motor Honda (Koran)	29
Gambar 4.3 Periklanan (Website)	30
Gambar 4.4 <i>Personal Selling</i> (Poster)	32
Gambar 4.5 <i>Personal Selling</i> (<i>Display</i> Produk)	32
Gambar 4.6 <i>Sales Promotion</i> (Potongan Angsuran)	33
Gambar 4.7 <i>Sales Promotion</i> (<i>Rolling City</i>)	34
Gambar 4.8 <i>Sales Promotion</i> (<i>Cashback</i>)	35
Gambar 4.9 <i>Sales Promotion</i> (Voucher Modifikasi)	35
Gambar 4.10 <i>Event and Experience</i> (<i>Event Launching</i>)	37
Gambar 4.11 <i>Event and Experience</i> (<i>Roadshow</i>)	37
Gambar 4.12 <i>Event and Experience</i> (<i>Kanvasing</i>)	38
Gambar 4.13 Humas dan Publisitas (Kegiatan Bakti Sosial)	39
Gambar 4.14 <i>Direct Marketing</i> (Katalog)	40
Gambar 4.15 <i>Direct Marketing</i> (Brosur)	41
Gambar 4.16 <i>Direct Marketing</i> (<i>X-Banner</i>)	41
Gambar 4.17 <i>Direct Marketing</i> (Banner)	42
Gambar 4.18 <i>Interactive Marketing</i> (Instagram)	43
Gambar 4.19 <i>Interactive Marketing</i> (Facebook)	44
Gambar 4.20 <i>Interactive Marketing</i> (Tiktok)	45
Gambar 4.21 <i>Word-of-mouth</i>	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Pengantar Pengambilan Data
Lampiran 2	Surat Izin Pengambilan Data
Lampiran 3	Surat Balasan Izin Pengambilan Data
Lampiran 4	Lembar Kesepakatan Laporan Akhir Pembimbing I
Lampiran 5	Lembar Kesepakatan Laporan Akhir Pembimbing II
Lampiran 6	Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
Lampiran 7	Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
Lampiran 8	Lembar Persetujuan Proposal Laporan Akhir
Lampiran 9	Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
Lampiran 10	Lembar Kunjungan Mahasiswa
Lampiran 11	Lembar Revisi Laporan Akhir
Lampiran 12	Lembar Persetujuan Revisi Laporan Akhir
Lampiran 13	Hasil Wawancara
Lampiran 14	Dokumentasi