

**STRATEGI BAURAN PROMOSI DALAM MEMASARKAN
PRODUK PADA CELENTANG CELLULAR
PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

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

OLEH:

DWIKE REZKY SYAHRANI

NPM 0620 3060 1529

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PALEMBANG
2023**

**STRATEGI BAURAN PROMOSI DALAM MEMASARKAN
PRODUK PADA CELENTANG CELLULAR
PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**DWIKE REZKY SYAHRANI
NPM 0620 3060 1529**

Menyetujui,

Palembang, 22 Agustus 2023

Pembimbing I,

**Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M
NIP 197504212001122001**

Pembimbing II,

**Munparidi, S.E., M.Si
NIP 196511251994031002**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,**

**Dr. Heri Setiawan, S.E., MAB., CPMA
NIP 197602222002121001**

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

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

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwiki Rezky Syahrani
NPM : 062030601529
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Strategi Bauran Promosi dalam Memasarkan Produk pada Celentang Cellular Palembang

Dengan 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 Akhir saya plagiat/menyalin 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, 22 Agustus 2023



Dwiki Rezky Syahrani

NPM 062030601529

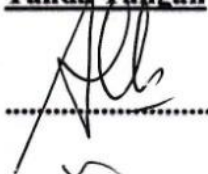
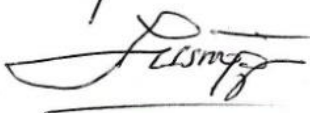

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Dwiki Rezky Syahrani
NPM : 062030601529
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Strategi Bauran Promosi Dalam Memasarkan Produk Pada Celentang Cellular Palembang

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

Pada Hari: Selasa
Tanggal : 22 Agustus.....2023

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Al Hushori, S.E., M.AB Ketua Penguji		<u>16/08 2023</u>
2.	Jusmawi Bustan, S.E., M.Si Anggota Penguji		<u>22/08 2023</u>
3.	Abd. Hamid, S.E., M.Si Anggota Penguji		<u>22/08 2023</u>

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Dan barangsiapa yang bertakwa kepada Allah, niscaya Allah menjadikan baginya kemudahan dalam urusannya."

(Q.S At-Talaq: 4)

"Shine, Dream, Smile, and Always Trust Yourself."

(Dwike Rezky Syahrani)

Kupersembahkan Kepada:

- ❖ **Kedua Orang Tua**
- ❖ **Saudari-saudari ku**
- ❖ **Sahabat-sahabat terbaik ku**
- ❖ **Teman-teman kelas 6 NF 2023**
- ❖ **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Laporan ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan Pendidikan Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan akhir ini yang berjudul **“Strategi Bauran Promosi dalam Memasarkan Produk pada Celentang Cellular Palembang”**. Laporan akhir ini membahas tentang bagaimana strategi bauran promosi yang dilakukan Celentang Cellular Palembang dalam memasarkan produknya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan dan penyajian laporan akhir ini masih banyak terdapat kekurangan dan kekeliruan. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi penyusunan laporan yang lebih baik kedepannya.

Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih atas bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan laporan ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis di masa yang akan datang.

Palembang, Agustus 2023

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Laporan akhir ini, penulis telah banyak sekali mendapatkan bantuan, bimbingan, kritik dan saran serta dorongan dari berbagai pihak baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung yang sangat berarti bagi penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini izinkan penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan laporan ini khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., MAB., CPMA., 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 Koordinator Program Studi DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Bapak Munparidi, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
7. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Karyawan Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
8. Bapak Sapran Natalia selaku pemilik dari Usaha Celentang Cellular Palembang.
9. Kedua Orang Tua serta Saudari-saudariku yang senantiasa selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis dalam menuntut ilmu serta kasih sayang selama ini.
10. Kepada Nurlaila Azizah, Siti Chairunnisa dan Putri Rizki, sebagai orang-orang terdekat yang selalu membantu dan memberi motivasi serta semangat, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir ini.

11. Sahabat-sahabatku yang telah banyak membantu dan memberikan semangat serta doa kepada penulis.
12. Teman-teman seperjuangan kelas 6 NF Jurusan Administrasi Bisnis.
13. Dan semua pihak yang telah terlibat dan membantu dalam penulisan Laporan Akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan berkah dan rahmat-Nya atas segala kebaikan dalam membantu penyelesaian laporan akhir ini serta senantiasa membalas semua kebaikan yang telah diberikan. Dan harapan penulis semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Palembang, Agustus 2023

Penulis

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi bauran promosi yang sudah dilakukan oleh Celentang Cellular Palembang, serta mengetahui strategi bauran promosi yang tepat digunakan dalam memasarkan produk. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Data yang digunakan dalam laporan ini yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dan riset kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Celentang Cellular Palembang menerapkan lima strategi bauran promosi yaitu Periklanan, Penjualan Perseorangan, Promosi Penjualan, Informasi dari Mulut ke Mulut, dan Pemasaran Langsung. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa selama dua tahun terakhir Celentang Cellular Palembang mengalami penurunan penjualan dan tidak pernah mencapai target penjualan di setiap tahunnya. Hal ini dikarenakan kegiatan promosi yang dilakukan masih kurang maksimal. Strategi bauran promosi yang baik dalam memasarkan produk yaitu Periklanan dengan menggunakan media cetak seperti brosur serta kartu nama dan media luar ruang seperti *standing banner*, Penjualan Perseorangan dengan menggunakan langkah-langkah pendekatan, presentasi, menangani penolakan dari konsumen, dan menutup transaksi penjualan, Promosi Penjualan dengan memberikan hadiah serta penawaran cuma-cuma (gratis) saat hari besar, Informasi dari Mulut ke Mulut yang lebih dimaksimalkan lagi karena sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan Pemasaran Langsung melalui media sosial Instagram dan Facebook yang lebih aktif lagi dalam penggunaannya.

Kata Kunci: Periklanan, Penjualan Perseorangan, Promosi Penjualan, Informasi dari Mulut ke Mulut, Pemasaran Langsung.

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out the promotional mix strategy that has been carried out by the Celentang Cellular Palembang, as well as to find out the right promotional mix strategies to use in marketing the product. The data analysis technique used is descriptive qualitative analysis. The data used in this report are primary data and secondary data. The data collection methods used are interviews and library research. The results showed that the Celentang Cellular Palembang implemented five promotion mix strategies namely Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Word of Mouth Information, and Direct Marketing. The results of the study show that for the last two years Celentang Cellular Palembang has experienced a decline in sales and has never reached the sales target every year. This is because the promotional activities carried out are still less than optimal. A good promotional mix strategy in marketing products is Advertising using print media such as brochures and business cards and outdoor media such as standing banners, Personal Selling using a step-by-step approach, presentations, handling rejection from consumers, and closing sales transactions, Sales Promotion by giving gift and free offers on big days, Word of Mouth Information that is even more maximized because it greatly influences consumer satisfaction, and Direct Marketing through Instagram and Facebook social media which is even more active in its use.

Keywords: Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Word of Mouth Information, Direct Marketing.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	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 Ruang Lingkup Penelitian.....	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Tujuan Penelitian	5
1.4.2 Manfaat Penelitian	5
1.5 Metode Penelitian.....	6
1.5.1 Pendekatan Penelitian	6
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	6
a. Jenis Data	6
b. Sumber Data.....	7
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	7
1.5.4 <i>Key Informant</i>	9
1.5.5 Analisis Data	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Pengertian Pemasaran	11
2.2	Strategi Pemasaran	11
2.3	Konsep Bauran Pemasaran.....	11
2.4	Pengertian Promosi	12
2.5	Tujuan Promosi	13
2.6	Pengertian Strategi	14
2.7	Strategi Bauran Promosi	14
2.8	Faktor Bauran Promosi	16
2.9	Media Promosi	17
2.10	Pengertian Penjualan.....	18

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3.1	Sejarah Singkat Perusahaan	19
3.2	Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan	20
3.2.1	Visi Perusahaan.....	20
3.2.2	Misi Perusahaan	20
3.2.3	Tujuan Perusahaan	20
3.3	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	21
3.3.1	Struktur Organisasi.....	21
3.3.2	Pembagian Tugas	22
3.4	Produk-Produk yang Ditawarkan.....	24
3.5	Strategi Bauran Promosi pada Celentang Cellular Palembang...	26
3.6	Biaya Promosi Celentang Cellular Palembang	30

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Periklanan (<i>Advertising</i>).....	33
4.2	Penjualan Perseorangan (<i>Personal Selling</i>)	41
4.3	Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	44
4.4	Informasi dari Mulut ke Mulut (<i>Word of Mouth</i>)	47
4.5	Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>).....	48

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	52
5.2	Saran.....	53

DAFTAR PUSTAKA	55
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Daftar Produk dan Harga pada Celetang Cellular Palembang.....	24
Tabel 3.2 Biaya Promosi Celentang Cellular Palembang	30
Tabel 4.1 Target Penjualan dan Realisasi Penjualan Celetang Cellular Tahun 2018-2022	32

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Target Penjualan dan Realisasi Penjualan Celentang Cellular Tahun 2018-2022	4
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Celentang Cellular Palembang.....	22
Gambar 3.2 Produk-Produk yang Ditawarkan.....	25
Gambar 3.3 Media Periklanan yang Diterapkan	27
Gambar 3.4 Pengaplikasian Kegiatan Penjualan Perseorangan (<i>Personal Selling</i>).....	28
Gambar 3.5 Kegiatan Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	29
Gambar 4.1 Papan Nama.....	34
Gambar 4.2 Spanduk.....	35
Gambar 4.3 Spanduk Operator.....	36
Gambar 4.4 Brosur	38
Gambar 4.5 Kartu Nama	39
Gambar 4.6 <i>Standing Banner</i>	40
Gambar 4.7 Kegiatan Penjualan Perseorangan (<i>Personal Selling</i>) Melalui WhatsApp	41
Gambar 4.8 Kegiatan Penjualan Perseorangan (<i>Personal Selling</i>) Melalui Facebook.....	42
Gambar 4.9 Kegiatan Penjualan Perseorangan (<i>Personal Selling</i>) Melalui Instagram	42
Gambar 4.10 Kegiatan Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>) Melalui Penjualan Langsung.....	45
Gambar 4.11 Kegiatan Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>) Melalui Facebook.....	45
Gambar 4.12 Kegiatan Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>) Melalui Instagram	46
Gambar 4.13 Akun Instagram	49
Gambar 4.14 Akun Facebook	50

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Permohonan Pengantar Pengambilan Data
2. Surat Permohonan Pengambilan Data
3. Surat Balasan Izin Pengambilan Data
4. Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Dosen Pembimbing I
5. Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Dosen Pembimbing II
6. Lembar Bimbingan Laporan Akhir Dosen Pembimbing I
7. Lembar Bimbingan Laporan Akhir Dosen Pembimbing II
8. Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
9. Lembar Kunjungan Perusahaan
10. Lembar Persetujuan Revisi Laporan Akhir
11. Daftar Wawancara Bersama Pemilik
12. Daftar Wawancara Bersama Salah Satu Konsumen
13. Dokumentasi Kegiatan