

**STRATEGI PROMOSI PENJUALAN
PADA CV BOSINDO CAHAYA CEMERLANG**



LAPORAN AKHIR

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

Oleh:

**MELFIN RAHMADDANI MIRZA
NPM 062030601549**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2023**

**STRATEGI PROMOSI PENJUALAN PADA CV BOSINDO CAHAYA
CEMERLANG**



**LAPORAN AKHIR
OLEH:**


**MELFIN RAHMADDANI MIRZA
NPM 062030601549**


Menyetujui,

Palembang, 22 Agustus 2023

Pembimbing I,

Pembimbing II,



**Rini, S.E., MAB
NIP 196012281990032002**


**Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec.
NIP 19760222202121001**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,**

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


**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA.
NIP 19760222202121001**


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

	KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN	 
	POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA Jalan Srijaya Negara, Palembang 30139 Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918 Website : www.polisriwijaya.ac.id E-mail : info@polsri.ac.id	
SURAT PERNYATAAN		

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Melfin Rahmaddani Mirza
NPM : 062030601549
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Administrasi Penjualan
Judul Laporan Akhir : Strategi Promosi Penjualan Pada CV Bosindo Cahaya Cemerlang

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut diatas 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 bekepentingan.

Palembang, 22 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,




Melfin Rahmaddani Mirza
NPM 062030601549

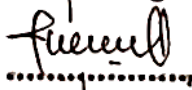
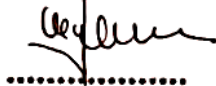
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Melfin Rahmaddani Mirza
NPM : 062030601549
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D-III Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Administrasi Penjualan
Judul Laporan Akhir : Strategi Promosi Penjualan Pada CV Bosindo
Cahaya Cemerlang

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

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Dr. Neneng Miskiyah, S.E., M.Si Ketua Penguji		23 Agustus 2023
2.	Titi Andriyani, S.E., M.Si Anggota Penguji		23 Agustus 2023

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada keringanan. Karena itu bila kau sudah selesai (mengerjakan yang lain), dan berharaplah kepada Tuhanmu”

(Q.S. Al Insyiroh: 6-8)

“Life is 10% what happens to you and 90% how you react to it”

(Penulis)

Kupersembahkan Kepada:

- ❖ **Orang Tua Tercinta**
- ❖ **Keluarga Besar**
- ❖ **Dosen dan Staf Administrasi
Bisnis**
- ❖ **Teman-Teman 6 NG**
- ❖ **Administrasi Bisnis Angkatan 2020**
- ❖ **Almamater Kebanggaan**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Diploma III Jurusan Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan Akhir ini berjudul **“Strategi Promosi Penjualan Pada CV Bosindo Cahaya Cemerlang”**. Pada bab I menjelaskan tentang latar belakang pemilihan judul laporan, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian mengenai strategi promosi penjualan. Pada bab II menjelaskan tentang teori yang menjadi landasan penulis dalam meneliti objek penelitian. Pada bab III menjelaskan profil perusahaan yang dijadikan objek penelitian secara keseluruhan. Pada bab IV menjelaskan tentang strategi promosi yang dilakukan CV Bosindo Cahaya Cemerlang, hambatan-hambatan promosi, dan cara mengatasinya, serta upaya dalam peningkatan volume penjualan. Pada bab V berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian pada bab sebelumnya.

Dalam penulisan laporan akhir ini, penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan kemampuan serta pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik dari pembaca yang bersifat membangun demi kesempurnaan pembuatan laporan akhir di masa yang akan datang.

Akhir kata penulis berharap supaya laporan akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Palembang, Juli 2023

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT berkat rahmat, taufik dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Diploma III jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Penulis melalui berbagai macam kendala serta hambatan dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini. Namun dengan bimbingan dan dorongan semangat dari berbagai pihak, mulai pada tahap persiapan, penyusunan, hingga terselesaikannya Laporan Akhir ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak 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., CPMA., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M., RSA., selaku sekretaris jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi D-III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Rini, S.E., M.AB., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan juga saran dalam penulisan Laporan Akhir.
6. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., CHE., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan juga saran dalam penulisan Laporan Akhir.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan seluruh karyawan/karyawati Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang yang telah memberikan bekal ilmu yang sangat bermanfaat sehingga kami dapat menyelesaikan laporan ini.
8. Bapak Steven Then selaku Direktur CV Bosindo Cahaya Cemerlang beserta jajarannya.
9. Ibu Linda Kusandayani selaku Manager Marketing CV Bosindo Cahaya

Cemerlang yang telah memberikan bantuan dan informasi mengenai kearsipan di CV Bosindo Cahaya Cemerlang

10. Seluruh staf Marketing di CV Bosindo Cahaya Cemerlang yang telah membantu dalam pengambilan data.
11. Kedua orang tua, saudara dan keluarga besar yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat kepada saya baik dari segi materil maupun spritual.
12. Teman-Teman seperjuangan kelas 6 NG Jurusan Administrasi Bisnis yang saling mendukung dan memberikan semangat untuk menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan baik dan tepat waktu.
13. Semua pihak yang telah membantu dan mendoakan saya, terima kasih atas semua bantuan kalian walaupun tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga bantuan dan jerih payah dari pihak yang ikut serta berpartisipasi dalam penyusunan Laporan Akhir ini, diberikan ridho dan berkah dari Allah SWT. Demikianlah dengan segala kerendahan hari, penulis mengharapakan semoga laporan ini bermanfaat dan berguna bagi kita semua.

Palembang, Juli 2022

Penulis

ABSTRAK

Tujuan dari laporan ini adalah untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan pada CV Bosindo Cahaya Cemerlang. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu riset lapangan, pengamatan, wawancara, kuesioner dan studi kepustakaan. Analisis data menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan perhitungan *skala likert*. Berdasarkan riset lapangan yang telah dilakukan diketahui bahwa strategi promosi yang digunakan oleh CV Bosindo Cahaya Cemerlang adalah secara *offline* dengan melakukan kerja sama melalui pemasaran langsung ke *minimarket* seperti Indomaret dan Alfamart dengan sistem *shelving display* dan *bundling*, serta toko atau warung. Namun ketika adanya Covid-19 di Indonesia, volume penjualan CV Bosindo Cahaya Cemerlang mengalami penurunan karena pada masa itu masyarakat cenderung mementingkan kebutuhan pokok dibandingkan yang lainnya. Dengan kondisi penjualan yang menurun perusahaan berupaya untuk menstabilkan volume penjualan dengan menciptakan bentuk promosi baru yaitu dengan memberikan brosur promo undian berhadiah ke toko atau warung, namun hal tersebut belum mempengaruhi volume penjualan. Perusahaan dapat mengoptimalkan volume penjualan dengan memanfaatkan dimensi dari strategi promosi seperti promosi melalui media internet antara lain *Instagram*, *Online Shop*, *Website*, dll agar produk semakin dikenal dan dapat dengan mudah diketahui oleh masyarakat sehingga meningkatkan volume penjualan.

Kata kunci: *Strategi Promosi, Volume Penjualan*

ABSTRACT

The purpose of this report is to find out the promotional strategies undertaken to increase sales volume at CV Bosindo Cahaya Cemerlang. Data collection methods used were field research, observations, interviews, questionnaires and literature studies. Data analysis used qualitative and quantitative methods using a Likert scale calculation. Based on field research that has been done, it is known that the promotion strategy used by CV Bosindo Cahaya Cemerlang is offline by collaborating through direct marketing to minimarkets such as Indomaret and Alfamart with shelving display and bundling systems, as well as shops or stalls. However, when there was Covid-19 in Indonesia, CV Bosindo Cahaya Cemerlang's sales volume decreased because at that time people tended to prioritize basic needs over others. With declining sales conditions, the company is trying to stabilize sales volume by creating a new form of promotion, namely by giving promotional brochures with prize draws to shops or stalls, but this has not affected sales volume. Companies can optimize sales volume by utilizing dimension of promotional strategy such as promotion through internet media, including Instagram, Online Shop, Website, etc. so that products are increasingly recognized and can be easily recognized by the public thereby increasing sales volume.

Keywords: Promotion Strategy, Sales Volume

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup Permasalahan	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan	5
1.4.1 Tujuan Penulisan.....	5
1.4.2 Manfaat Penelitian	5
1.5 Metodologi Penelitian.....	5
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	5
1.5.2 Jenis dan Sumber Data.....	6
a. Data Primer	6
b. Data Sekunder.....	6
1.5.3 Metode Pengumpulan Data.....	6
1.5.4 Analisis Data	7
1.5.5 Populasi.....	8
1.5.6 Sampel.....	9

1.5.7 Skala Pengukuran.....	9
1.5.8 Interpretasi Skor/Angka	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	12
2.1.2 Bauran Pemasaran	12
2.2 Promosi.....	13
2.2.1 Pengertian Promosi.....	13
2.2.2 Tujuan Promosi.....	14
2.2.3 Strategi Promosi.....	15
2.2.4 Bauran Promosi	19
2.2.5 Media Promosi.....	22
2.3 Pengertian Penjualan	22

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah CV Bosindo Cahaya Cemerlang.....	25
3.1.1 Pendirian	25
3.1.2 Lambang CV Bosindo Cahaya Cemerlang.....	26
3.2 Motto, Visi dan Misi CV Bosindo Cahaya Cemerlang	27
3.2.1 Motto CV Bosindo Cahaya Cemerlang	27
3.2.2 Visi CV Bosindo Cahaya Cemerlang	27
3.2.3 Misi CV Bosindo Cahaya Cemerlang.....	27
3.3 Stuktur Organisasi dan Uraian Tugas CV Bosindo Cahaya Cemerlang.....	27
3.3.1 Struktur Organisasi	27
3.3.2 Uraian Tugas Pada CV Bosindo Cahaya Cemerlang	29
3.4 Promosi Pada CV Bosindo Cahaya Cemerlang.....	37

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	39
4.1.1 Hasil Rekapitulasi Responden	39

4.1.2 Hasil Analisis Skor Strategi Promosi Penjualan di CV Bosindo Cahaya Cemerlang	41
4.2 Pembahasan	45
4.2.1 Analisis Strategi Promosi di CV Bosindo Cahaya Cemerlang.....	45
1. Dimensi Periklanan (<i>Advertising</i>)	45
2. Dimensi Promosi Penjualan (<i>Sale Promotion</i>)	49
3. Dimensi Penjualan Perseorangan (<i>Personal Selling</i>) ..	54
4. Dimensi Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>).....	58
5. Dimensi Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	62
4.2.2 Pembahasan Hasil Strategi Promosi Pada CV Bosindo Cahaya Cemerlang.....	65
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan CV Bosindo Cahaya Cemerlang Tahun 2018-2022	3
Tabel 1.2 Skala Likert.....	10
Tabel 1.3 Skala Pengukuran Likert	11
Tabel 3.1 Volume Penjualan CV Bosindo Cahaya Cemerlang Tahun 2018-2022	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia Responden	40
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan Responden	40
Tabel 4.4 Interpretasi Skor Strategi Promosi.....	42
Tabel 4.5 Strategi Promosi Dimensi Periklanan (<i>Advertising</i>).....	45
Tabel 4.6 Strategi Promosi Dimensi Promosi Penjualan (<i>Sale Promotion</i>)	49
Tabel 4.7 Strategi Promosi Dimensi Penjualan Perseorangan (<i>Personal Selling</i>).....	55
Tabel 4.8 Strategi Promosi Dimensi Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>)....	58
Tabel 4.9 Strategi Promosi Dimensi Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>) ...	63
Tabel 4.10 Hasil Dimensi Variabel Strategi Promosi.....	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Logo CV Bosindo Cahaya Cemerlang	26
Gambar 3.2 Struktur Organisasi CV Bosindo Cahaya Cemerlang	28
Gambar 3.3 Promosi Undian CV Bosindo Cahaya Cemerlang.....	37

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Permohonan Surat Pengantar Pengambilan Data
- Lampiran 2 Surat Permohonan Izin Pengambilan Data
- Lampiran 3 Surat Balasan Izin Pengambilan Data Dari Perusahaan
- Lampiran 4 Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 5 Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 6 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 7 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 8 Lembar Kunjungan Mahasiswa
- Lampiran 9 Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 10 Lembar Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 11 Lembar Persetujuan Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 12 Daftar Pertanyaan dan Hasil Wawancara
- Lampiran 13 Lembar Kuesioner
- Lampiran 14 Rekapitulasi Jawaban Responden
- Lampiran 15 Dokumentasi