

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Konsentrasi Advertising**

## **ABSTRAK**

**Bhanu Basworo**

**20090530008**

### **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN STARCROSS DISTRO DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN**

**( Studi deskriptif tentang strategi promosi Starcross Distro dalam meningkatkan omset penjualan )**

**Tahun Skripsi : 2017 + 81 halaman + 20 halaman lampiran**

**Daftar Kepustakaan : 14 buku + 8 media online**

Starcross Distro merupakan distro yang terbesar yang berada di Yogyakarta. Di ranah nasional Starcross juga memiliki nama yang cukup terkenal. Di kota Gudeg ini, Starcross merupakan *market leader* dikarenakan pendapatan setiap tahunnya selalu meningkat serta produk Starcross memiliki nilai jual yang berbeda dengan distro lokal yang berada di Yogyakarta. Melihat dari statistik omset pendapatan Starcross yang meningkat dari tahun sebelumnya di tengah-tengah perkembangan pesat distro lokal yang ada di Yogyakarta peneliti tertarik untuk meneliti strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Starcross untuk meningkatkan omset penjualannya.

Studi ini bertujuan untuk menggambarkan suatu kasus dalam hal ini adalah strategi komunikasi yang dilakukan oleh Starcross Distro yang bertujuan untuk meningkatkan omset penjualan dengan teknik pengumpulan data menggunakan studi kepustakaan dan juga wawancara. Untuk meningkatkan omset penjualan Starcross Distro memilih menggunakan strategi komunikasi dengan memanfaatkan empat bauran promosi yaitu: periklanan, humas dan publisitas, promosi penjualan, dan *personal selling*. Hasil dari strategi yang telah Starcross lakukan telah menunjukkan tingkat penjualan yang terus meningkat dari tahun ke tahun, terjadi penurunan penjualan terdapat pada periode tahun 2014 – 2015 yang diakibatkan mulai timbulnya distro-distro lokal yang berada di Yogyakarta. Maka dari itu Starcross melakukan beberapa analisis pasar secara ulang dan menentukan nilai jual yang berbeda dari distro yang lain.

Kata Kunci : Strategi, Promosi, Distro

**University of Muhammadiyah Yogyakarta  
Faculty of Social Science and Political Science  
Concentration Advertising**

**ABSTRACT**

**Bhanu Basworo**

**20090530008**

**COMMUNICATION STRATEGY OF STARCROSS DISTRO MARKETING  
IN IMPROVING SALES INCOME**

**(Descriptive study of Starcross Distro promotion strategy in increasing sales  
income)**

**Year Thesis: 2017 + 81 pages + 20 pages of attachments**

**Library List: 14 books + 8 online media**

Starcross Distro is the largest distro in Yogyakarta. In the national realm Starcross also has a name that is quite famous. In this city of Gudeg, Starcross is a market leader because the income in every year is always increasing and Starcross products have different selling value with the local distro located in Yogyakarta. Looking at the statistics of Starcross's revenues that increased from the previous year amidst the rapid development of local distributions in Yogyakarta, researchers are interested in researching the marketing communication strategies used by Starcross to increase its sales turnover.

This study aims to describe a case in this case is a communication strategy undertaken by Starcross Distro which aims to increase sales turnover by data collection techniques using literature study and interviews. To increase sales turnover Starcross Distro chose to use communication strategy by utilizing four promotion mix namely: advertising, public relations and publicity, sales promotion, and personal selling. The result of the strategy that has been done by Starcross has shown the level of sales that continue to increase from year to year, there is a decrease in sales there in the period 2014 - 2015 which caused the start of the emergence of local distros located in Yogyakarta. Thus Starcross performs some repeat market analysis and determines the different selling points of the other distros.

*Keywords : Strategy, Promotion, Distro*

