

**STRATEGI PROMOSI PT. THE UNIVENUS YOGYAKARTA DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN DI TAHUN 2015**

(Promotion Strategy PT. The Univenus Yogyakarta to Increase Sales In 2015)

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh:
FIFIN
20030530126**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2015**

**STRATEGI PROMOSI PT. THE UNIVENUS YOGYAKARTA DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN DI TAHUN 2015**

(Promotion Strategy PT. The Univenus Yogyakarta to Increase Sales In 2015)

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

**Disusun Oleh:
FIFIN
20030530126**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2015**

HALAMAN PENGESAHAN

Telah dipertahankan dan disahkan di hadapan tim Penguji Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada:

Hari/Tanggal : Rabu/ 30 Desember 2015

Pukul : 11.00-12.00 WIB

Tempat : Ruang Negosiasi Rapat IK

SUSUNAN TIM PENGUJI

Dr. Suciati, S.Sos., M.Si

Ketua

Zuhdan Aziz, S.IP., S.Sn., M.Sn.

M.I.Kom.

Penguji I

Zein Mufarrih Muktaf, S.IP.,

Penguji II

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) Tanggal 30 Desember 2015

Mengetahui,

Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

2015

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata dalam skripsi terbukti merupakan menjiplak karya orang lain, maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 30 Desember 2015

Fifin
Penulis

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr Wb

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala karunianya sehingga skripsi berjudul **“Strategi Promosi PT. The Univenus Yogyakarta Dalam Meningkatkan Penjualan Di Tahun 2015”** telah selesai disusun. Maksud penyusunan skripsi ini adalah dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk mencapai gelar sarjana S-1 Program Ilmu Komunikasi pada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Tersusunnya skripsi ini berdasarkan adanya bantuan yang telah diberikan oleh berbagai pihak dan untuk itulah penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid S.IP, M.Sc selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
2. Ibu DR. Suciati, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing atas segala bimbingan dan nasehatnya demi kesempurnaan skripsi ini.
3. Bapak Zuhdan Axix, S.IP, S.Sn, M.Sn selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan masukan berupa kritik dan saran yang membangun pada sidang pendadaran skripsi ini.
4. Bapak Zein Mufarih muktaf, S.IP, M.Ikom selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan masukan berupa kritik dan saran yang membangun pada sidang pendadaran skripsi ini.

5. Segenap tim pengajar Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Teman dan saudara seperjuanganku dalam merampungkan studi ini serta menggoreskan sebuah kisah klasik bagiku Mas Angkasa, Mas Buto, Mas Topik, Mas Pras, Mas Huda, Mas Willy, Mas Jaya, Ira dan Vivi, Pury terimakasih untuk supportmu.
7. Informan penelitian saya yaitu Bapak Kuswianto yang telah membantu penyelesaian skripsi ini dan Mba Yuni terimakasih untuk data penjualannya.
8. Rekan dan sahabat yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terimakasih telah membantu dalam penulisan skripsi saya ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini belum sempurna, baik dari segi materi maupun penyajiannya. Untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan dalam penyempurnaan tugas akhir ini. Terakhir penulis berharap, semoga tugas akhir ini dapat memberikan hal yang bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca dan khususnya bagi penulis juga.

Wassalamu'alaikum, Wr.Wb

Yogyakarta, 30 Desember 2015

Fifin

MOTTO

"Latar belakang pendidikan bukanlah tolak ukur kesuksesan seseorang"

"Kenikmatan terbaik di dalam hidup adalah melakukan apa yang orang katakan kamu tidak bisa lakukan"

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bp. Jufri Mara SH & Ibu Ismainir

Bp. Drs Sukadi & Ibu Surami

Suamiku Hari Adi Wirano

Kedua Buah Hatiku Alfino Titen Ghazanfar & Nafisa Bening
Aisyah Ara

ABSTRAK

**Universitas Muhammdiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Public Relations**

**Fifin
20030530126**

Strategi Promosi PT. The Univenus Yogyakarta Dalam Meningkatkan Penjualan Di Tahun 2015

Tahun Skripsi : 2015 + 89 Halaman

Daftar Pustaka : 35 buku + 2 sumber lain

Penelitian ini membahas tentang strategi penjualan yang dilakukan oleh PT The Univenus untuk meningkatkan penjualan di tahun 2015. PT. The Univenus adalah salah satu perusahaan yang berkecimpung di bidang *converting pulp paper* yang memproduksi dan mengemas serat kayu menjadi tissue yang mempunyai jenis serta fungsinya masing-masing. Sebagai salah satu usaha di bidang tissue tentu saja PT. The Univenus mempunyai cara untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat dengan maksud agar bisa diterima serta masyarakat pengguna menjadi konsumen yang loyal terhadap produk-produk PT. The Univenus. Hal ini tentu saja membuat PT. The Univenus merancang program promosi yang bisa memperkenalkan produknya agar mengena di masyarakat kemudian konsumen tertarik untuk mencoba serta membelinya. Promosi yang dilakukan oleh PT. The Univenus yaitu dengan memanfaatkan momentum-momentum hari besar seperti hari raya, hari ulang tahun outlet/rekanan bisnis, atau momentum nasional lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi penjualan PT. The Univenus dalam meningkatkan penjualan di tahun 2015. Kerangka teori yang digunakan yaitu strategi promosi, promosi, strategi momentum. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif, sehingga dalam penelitian ini akan menjelaskan, menggambarkan, dan menguraikan segala sesuatu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Lokasi penelitian ini adalah di Kampung Kemasan, Singosaren, Banguntapan, bantul, Yogyakarta. Teknik pengumpulan data adalah dengan wawancara dan studi pustaka. Teknik analisa data dan penyajian data yaitu dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa kegiatan promosi dan strategi promosi yang dilakukan oleh PT. The Univenus sudah melalui tahapan yang baik walaupun harus ada perbaikan, dan program kontinyu yang harus terus dilakukan guna meningkatkan penjualan. PT. The Univenus melakukan langkah-langkah dengan proses perencanaan, implementasi serta evaluasi. Sedangkan untuk strateginya PT. The Univenus menggunakan strategi momentum. Dari hasil penelitian memperlihatkan bahwa hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang digunakan dalam penelitian.

Kata kunci : Strategi Penjualan, Penjualan, Strategi Momentum

ABSTRACT

Faculty of Political and Social Science
Department of Communication Studies
Concentration Public Relations

Fifin

20030530126

Promotion Strategy PT. The Univenus Yogyakarta to Increase Sales In 2015

Thesis Year : 2015 + 89 Page

References : 35 books + 2 other sources

This study discusses the strategy of sales made by PT. The Univenus to increase sales in 2015. PT. The Univenus is one of the companies working in the field of converting paper pulp producing and packaging the wood fiber into tissue that has the type and function of each. As one of the efforts in the fields of tissue course PT The Univenus have a way to introduce their products to the public with the intent to be accepted and the user community a loyal consumer of the products of PT. The Univenus. This of course makes PT. The Univenus designing promotional programs that can introduce the products to be hit in the community then consumers are keen to try and buy it. Promotion conducted by PT. The Univenus namely by using the momentum-momentumbig day such as holidays, birthday outlet/business partners, or other national momentum. This study aims to describe sales strategy PT. The Univenus in increasing sales in 2015. The theoretical framework applied that strategy, promotion, and strategy momentum. Type of research is conducted that used a qualitative descriptive study, so in this study will explain, describe, and outlines everything related to the problems examined. The location of this research is in the village of Kemasan, singosaren, Banguntapan, Bantul, Yogyakarta. Techniques of data collection is by interview and literature study. The data analysis and presentation of data is the data collection, data reduction, data presentation and conclusion.

Results of this study illustrate that the promotional activities and promotional strategies conducted by PT. The Univenus been through a good phase although there must be improvement, and continuous program which should continue to be done in order to increase sales. PT. The Univenus take step with the planning, implementation, and evaluation. As for the strategy of PT. The Univenus use momentum strategies. From the results of the study showed that the results of this study in accordance with the theory used in the study.

Keywords: Sales Strategy, Sales, Strategy Momentum

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	
ABSTRAKSI.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Kerangka Teori.....	
1. Strategi Promosi.....	6
2. Promosi.....	13
3. Strategi Momentum.....	22
F. Metodologi Penelitian.....	23
1. Jenis Penelitian.....	23
2. Lokasi Penelitian.....	24
3. Teknik Pengumpulan Data.....	24

4. Teknik Analisa Data Dan Penyajian Data.....	25
BAB II PROFIL UMUM PT. THE UNIVENUS.....	
A. Sejarah PT. The Univenus.....	27
B. Visi.....	29
C. Misi.....	29
D. Logo.....	29
E. Lokasi.....	30
F. Produk.....	30
G. Manajemen.....	34
H. Struktur Organisasi.....	37
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	
A. Penyajian Data.....	38
1. Proses Perencanaan Strategi Promosi.....	39
2. Implementasi Promosi.....	49
3. Bauran Promosi.....	54
B. Pembahasan.....	61
BAB IV PENUTUP.....	
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	85