



**STRATEGI PROMOSI  
PT. KARUNIA BERCA INDONESIA (PT.KBI)  
UNTUK MENDAPATKAN KONSUMEN BARU  
2013**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1(S-1)  
Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communications

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

Disusun oleh:

**RAHAYU AGUSTINA**

44308120033

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2014**



**Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul : Strategi Promosi PT. Karunia Berca Indonesia (PT. KBI)  
Untuk Mendapatkan Konsumen Baru 2013  
Nama : Rahayu Agustina  
NIM : 44308120033  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, Januari 2014

Mengetahui,

Pembimbing

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si.)

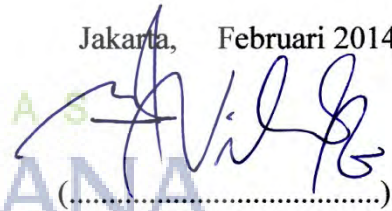
**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG**

Judul : Strategi Promosi PT. Karunia Berca Indonesia (PT. KBI)  
Untuk Mendapatkan Konsumen Baru 2013  
Nama : Rahayu Agustina  
NIM : 44308120033  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, Februari 2014

1. Ketua Sidang

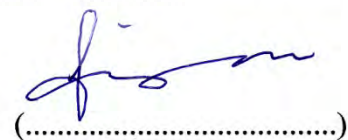
(SM. Niken Restaty, S.Sos, M.Si)



(.....)

2. Penguji Ahli

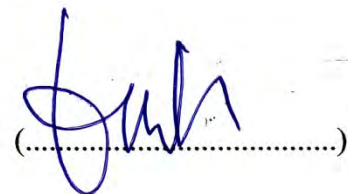
(Berliani Ardha, SE, M.Si)



(.....)

3. Pembimbing

(Dra. Tri Dhiah Cahyowati, M.Si.)



(.....)

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : Strategi Promosi PT. Karunia Berca Indonesia (PT. KBI)  
Untuk Mendapatkan Konsumen Baru 2013  
Nama : Rahayu Agustina  
NIM : 44308120033  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, Februari 2014

Disetujui dan Diterima oleh:

Pembimbing



(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si.)

Mengetahui,

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

Ketua Bidang Studi  
Marcomm & Advertising



(Dra. Yoyoh Herayah, Msi)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang sudah memimpin dan membimbing dalam setiap langkah, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Strategi Promosi PT. Karunia Berca Indonesia (PT.KBI) Untuk Mendapatkan Konsumen Baru 2013”** sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa kemampuan peneliti sangat terbatas dalam pengumpulan data dan pengetahuan sehingga masih banyak kekurangan dalam penyajian skripsi ini. Namun demikian, dalam kesempatan ini peneliti menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu terutama kepada:

1. Ibu Dra. Tri Dhiah Cahyowati, M.Si. sebagai pembimbing yang dengan penuh kesabaran membimbing peneliti dan yang selalu memberi semangat dan motivasi serta rajin mengingatkan untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasihhh bangett ya Bu Tri,,
2. Segenap dosen Universitas Mercu Buana yang telah mengajar dan memberikan ilmunya sehingga peneliti mendapat pengetahuan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak I.Kristanto Aswandi yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian di PT. Karunia Berca Indonesia.

4. Bapak Mario Nathaniel, yang sudah meluangkan waktu untuk berbagi informasi yang peneliti perlukan.
5. Ibu Tri Yuni Nurhayati dan Bapak Indro Hartono selaku tim marketing PT. KBI yang sudah membantu dan memberikan informasi yang peneliti perlukan. Kompak teruss yachh dalam mencari konsumen. :D
6. Teman-teman Marcommers kelas PKK khususnya angkatan XIV yang sudah berjuang bersama dalam perkuliahan selama  $\pm 2$  tahun hingga akhirnya sampai pada tahap penyusunan skripsi dan kita saling mengingatkan serta memberi motivasi untuk terus berjuang menyelesaikan skripsi.
7. Kedua orang tua dan adik saya, yang sudah memberikan dukungan moril dan materiil sehingga peneliti dapat terus termotivasi dalam penyusunan skripsi ini dan menyelesaikan kuliah S1.
8. Semua keluarga dan sahabat yang tidak dapat saya sebut semua, yang sudah membantu, selalu mendukung dan memberi semangat dalam penyelesaian skripsi.

Sebagai penutup, penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Jakarta, Januari 2014  
Peneliti

Rahayu Agustina

## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAKSI .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    LATAR BELAKANG MASALAH .....	1
1.2    PERUMUSAN MASALAH.....	6
1.3    TUJUAN PENELITIAN.....	7
1.4    MANFAAT PENELITIAN.....	7
1.4.1    Manfaat Akademis .....	7
1.4.2    Manfaat Praktis .....	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1    KOMUNIKASI PEMASARAN .....	8
2.2    PASAR .....	11
2.2.1    Proses Pembelian di Pasar Industri.....	13
2.3    PEMASARAN .....	14
2.3.1    Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	15
2.4    STRATEGI BAURAN PEMASARAN PRODUK INDUSTRI.....	19
2.5    BAURAN PROMOSI (PROMOTIONAL MIX) .....	21
2.5.1    Tujuan Promosi .....	22
2.5.2    Strategi Promosi .....	23
2.5.3    Memilih strategi Promosi .....	24
2.5.4    Alat Bauran Promosi (Promotion Mix).....	26
2.6    SEGMENTATION, TARGETTING, POSITIONING .....	33
2.7    ANALISIS SWOT .....	36
2.8    TAHAP PELAKSANAAN PROMOSI .....	38
BAB III .....	41
METODOLOGI PENELITIAN.....	41

3.1	TIPE PENELITIAN .....	41
3.2	METODE PENELITIAN .....	41
3.3	NARA SUMBER .....	42
3.4	TEKNIK PENGUMPULAN DATA .....	44
3.5	DEFINISI KONSEP DAN FOKUS PENELITIAN.....	45
3.5.1	<i>Definisi Konsep</i> .....	45
3.5.2	<i>Fokus Penelitian</i> .....	45
3.6	TEKNIK ANALISA DATA .....	46
3.7	TEKNIK PEMERIKSAAN KEABSAHAN DATA.....	46
BAB IV .....		47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		47
4.1	GAMBARAN UMUM PT. KBI .....	47
4.1.1	<i>Sejarah PT. KBI</i> .....	47
4.1.2	<i>Lokasi PT. KBI</i> .....	48
4.1.3	<i>Visi dan Misi PT KBI</i> .....	48
4.1.4	<i>Ruang Lingkup Usaha</i> .....	49
4.2	HASIL PENELITIAN .....	50
4.2.1	<i>Segmentation, Targetting, Positioning</i> .....	50
4.2.2	<i>Analisis SWOT</i> .....	51
4.2.3	<i>Tujuan Promosi</i> .....	54
4.2.4	<i>Jenis Strategi Promosi</i> .....	54
4.2.5	<i>Pelaksanaan Strategi Promosi</i> .....	55
4.3	PEMBAHASAN.....	62
4.3.1	<i>Segmentation, Targetting, Positioning</i> .....	62
4.3.2	<i>Analisis SWOT</i> .....	64
4.3.3	<i>Tujuan Promosi</i> .....	66
4.3.4	<i>Jenis Strategi Promosi</i> .....	66
4.3.5	<i>Pelaksanaan Strategi Promosi</i> .....	66
BAB V.....		70
KESIMPULAN DAN SARAN.....		70
5.1	KESIMPULAN .....	70
5.2	SARAN.....	72
DAFTAR PUSTAKA .....		74
LAMPIRAN.....		76
RIWAYAT HIDUP.....		87



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Iklan di Yellow Pages .....	56
Gambar 2: Iklan di Buku Kerja Klien .....	57
Gambar 3: Website PT. Karunia Berca Indonesia .....	58
Gambar 4: Sertifikat Keikutsertaan Pameran.....	59
Gambar 5: Sertifikat Sponsorship .....	60



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Pedoman Wawancara
2. Hasil Transkrip Wawancara
3. Surat Keterangan Penelitian
4. Bukti pemasangan iklan
5. Bukti keikutsertaan pameran
6. Bukti keikutsertaan sponsorship
7. Company profile PT. Karunia Berca Indonesia