



**STRATEGI PROMOSI PENJUALAN PT INDOMARET DALAM INDUSTRI
RETAIL PERIODE BULAN RAMADHAN TAHUN 2014**

SKRIPSI

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh :

TOYIB PRAYUGO

44310010010

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2014



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI PENJUALAN PT
INDOMARET DALAM INDUSTRI RETAIL
PERIODE BULAN RAMADHAN 2014

Nama : Toyib Prayugo

Nim : 44310010010

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marcomm And Advertising

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Juli 2014

Mengetahui,

Pembimbing

(Drs. Morrisan, S.H, M.A)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI PENJUALAN PT
INDOMARET DALAM INDUSTRI RETAIL
PERIODE BULAN RAMADHAN 2014

Nama : Toyib Prayugo

Nim : 44310010010

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marcomm And Advertising


UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Jakarta, 22 Juli 2014

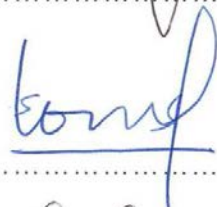
Ketua Sidang,

Dr. Ahmad Mulyana., M.Si

()

Penguji Ahli,

Dr. Yoyoh Hereyah., M.Si

()

Pembimbing I

Drs. Morrisan., S.H., M.A

()



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI PENJUALAN PT
INDOMARET DALAM INDUSTRI RETAIL
PERIODE BULAN RAMADHAN 2014

Nama : Toyib Prayugo

Nim : 44310010010

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marcomm And Advertising

Jakarta, 22 Juli 2014

Disetujui dan diterima oleh,


Pembimbing


(Drs. Morrisan, S.H, M.A)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


(Dr. Agustina Zubair., M.Si)

Ketua Bidang Studi Marcomm & Adv


(Dr. Yoyoh Hereyah., M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Toyib Prayugo
Nim : 44310010010
Progam Studi : Marketing Communication and Advertising

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan). Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Juli 2014



44310010010

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-NYA, sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul “ Strategi Promosi Penjualan PT Indomaret Dalam Industri Retail Periode Bulan Ramadhan 2014”

Proses pengerjaan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang turut membantu, baik dari segi moral maupun material. Untuk itu dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya dan dari hati yang terdalam kepada semua pihak yang membantu:

1. Kepada Bapak Drs. Morrisan, S.H, M.A, sebagai dosen pembimbing yang telah sabar selalu memberikan masukan, solusi dan semangat bagi penulisan skripsi ini.
2. Kepada Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si, sebagai Kepala Program Studi Marcomm and Advertising yang selalu memberikan arahan, penceraharan, serta semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan baik dalam segi moril dan materil, terutama untuk Ibu, Ayah, Bang Ricki sebagai kakak penulis yang selalu memberikan lawakan konyolnya, serta Gita sebagai adik penulis.

4. Sahabat-sahabat terbaik dan teman seperjuangan dari semester awal kuliah di UMB yang biasa disebut dengan GTA, yaitu Ardi, Aji, Wisnu, Yeni, Rani, Alvi, Agus, Ical yang sering memberikan hiburan serta lawakan konyolnya.
5. Teman-teman Advertising and Marketing communication 2010 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
6. Kepada Sugarcake band selaku grup band penulis, dimana para personilnya Kak Sufi dan Nanto selalu memberi dukungan kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada teman-teman mancing mania, yaitu Ilham, Adi, Bang Ricki, Mas Parman yang sering menyempatkan waktunya untuk mengajak penulis memancing, yang bertujuan untuk melepas penat dan fikiran penulis saat proses pengerjaan skripsi.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, karena peneliti juga masih dalam tahap belajar. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi memperbaiki skripsi ini.



Jakarta, 21 Juli 2014

Toyib Prayugo

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
ABSTRAK.....	xi
BAB 1	
PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi Hal Terpenting Pemasaran.....	12
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.3 Bauran Pemasaran.....	15
2.4 Analisis SWOT.....	17
2.5 Segmentasi, Targeting, Positioning.....	18
2.6 Strategi Promosi.....	20
2.6.1 Perencanaan Strategi Promosi.....	26
2.6.2 Pelaksanaan Strategi Promosi.....	34
2.7 Elemen Bauran Promosi.....	35
2.8 Promosi Penjualan.....	43

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Paradigma Penelitian.....	52
3.2	Tipe Penelitian.....	52
3.3	Metode Penelitian.....	53
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.5	Definisi Konsep.....	56
3.6	Subjek Penelitian.....	57
3.7	Teknik Analisa Data.....	58

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Perusahaan.....	60
4.1.1	Profile Perusahaan.....	60
4.1.2	Visi, Misi, dan Budaya Perusahaan.....	63
4.1.3	Struktur Organisasi PT Indomaret.....	63
4.2	Hasil Penelitian.....	70
4.2.1	Perencanaan Strategi Promosi.....	71
4.2.1.1	Mengidentifikasi Target Konsumen Indomaret.....	71
4.2.1.2	Mengidentifikasi SWOT dan Analisis Pesaing.....	75
4.2.2	Pelaksanaan Strategi Promosi.....	78
4.2.2.1	Mengidentifikasi Strategi Promosi PT Indomaret....	78
4.2.2.2	Mengidentifikasi Promosi Penjualan PT Indomaret..	85
4.3	Pembahasan.....	100
4.3.1	Perencanaan Strategi Promosi.....	102
4.3.1.1	Analisis SWOT dan Analisis Pesai.....	102
4.3.1.2	Target Konsumen PT Indomaret.....	106
4.3.2	Pelaksanaan Strategi Promosi.....	107

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	112
5.2	Saran.....	114

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



UNIVERSITAS
MERCU BUANA