

**STRATEGI PROMOSI DALAM MENJALANKAN BISNIS**

**PT. BMW ASTRA SURABAYA**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**FADILLAH RYAN ALDARMAWAN**

**NPM. 18042010151**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**SURABAYA**

**2022**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**"STRATEGI PROMOSI DALAM MENGEMBANGKAN BISNIS  
PT. BMW ASTRA SURABAYA"**

**Disusun Oleh :**

**FADILLAH RYAN ALDARMAWAN**

**NPM. 18042010151**

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi Menyetujui,

**PEMBIMBING**

  
**Dr. Rusdi Hidayat N., M.Si.**  
**NIP. 196112241989031007**

Mengetahui,

**DEKAN**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



**Dr. Drs. E.C. Gendut Sukarno, MS. CHRA**  
**NIP. 195907011987031001**

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI PROMOSI DALAM MENGELOLA BISNIS  
PT. BMW ASTRA SURABAYA

FADILLAH RYAN ALDARMAWAN

NPM. 18042010151

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 26 Agustus 2022

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

Dr. Rusdi Hidayat N., M.Si  
NIP. 196112241989031007

TIM PENGUJI

1. Ketua

Budi Prabowo, S.Sos, MM  
NIP. 196210161988031001

2. Sekretaris

Dr. Rusdi Hidayat N., M.Si  
NIP. 196112241989031007

3. Anggota

Yanda Bara Kusuma, S.AB, M.AB  
NIP. 198910302020121007

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, Ms. CHRA

NIP. 195907011987031001

Mengetahui,

DILAN

DOKTORAT

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fadillah Ryan Aldarmawan  
Nim : 18042010151  
Fakultas/program studi : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Administrasi Bisnis  
Judul skripsi : Strategi Promosi Dalam Menjalankan Bisnis PT BMW Astra Surabaya.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 13 September 2022



(rauman Ryan Aldarmawan)

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kita panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga telah diberikan kemudahan untuk menyelesaikan laporan proposal yang berujudul “**Strategi Promosi Dalam Menjalankan Bisnis PT. BMW Aswtra Surabaya**”. Terimakasih penulis sampaikan kepada Bapak Dr. Rusdi Hidayat Nugroho M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya relameluangkan waktunya untuk penulis, bimbingan, arahan, serta motivasi bapak sangat membantu penulis dalam menyelesaikan proposal ini.Pada kesempatan kali ini penulis juga menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalammenyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS,CHRA selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan banyak ilmu selama ini.
4. Pimpinan PT. BMW ASTRA SURABAYA karena telah diizinkan untuk melakukan penelitian di perusahaan beliau

5. Mama dan Papa yang setiap saat selalu mendoakan dan memberikan dukungan serta nasehat kepada penulis untuk menyelesaikan proposal ini

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pihak-pihak yang berkepentingan pada umumnya. Semoga Allah SWT memberikan kesehatan pada kita semua dan membalas amal dan kebaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu menyelesaikan proposal ini.

Surabaya, 26 Agustus 2022

Penulis

## ABSTRAK

Strategi promosi dalam perusahaan pada dasarnya sangatlah penting, karena sangat mempengaruhi tingkat keberhasilan perusahaan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi di PT. BMW Astra Surabaya. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan cara pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi di BMW Astra Surabaya ialah datangnya dari sisi internal dan eksternal. Sisi internal ialah di gambarkan adanya kelebihan dan kelemahan kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan promosi, sedangkan eksternal di gambarkan dari adanya peluang dan ancaman. Strategi promosi yang dilakukan berupa: (1) iklan (advertising), (2) promosi penjualan (sales promotion) dengan memberikan cashback, hadiah, bahkan gratis bahan bakar selama 1 (satu) tahun, (3) penjualan perseorangan (personal selling), (4) hubungan masyarakat (public relation). Faktor internal menunjukkan skor kelebihan 2,18, sedangkan skor kekurangannya 1,54. Faktor eksternal menunjukkan skor peluangnya mencapai 0,70, lebih besar di bandingkan ancamannya. Strategi promosi yang efektif digunakan PT. BMW Astra Surabaya adalah personal selling, karena dapat berinteraksi langsung kepada konsumen. Hal tersebut bertujuan agar konsumen dapat tertarik untuk membeli sekaligus mengingat produk tersebut, yang dengan demikian dapat meningkatkan penjualan. Peluang besar yang dimiliki PT. BMW Astra Surabaya harus di manfaatkan sebaik mungkin. Salesman yang menjadi instrumen penting perusahaan terkait promosi, harus diberikan pelatihan dengan baik. Loyalitas seluruh karyawan juga diperlukan untuk menunjang strategi promosi perusahaan dapat berjalan efektif. Kata kunci: Strategi promosi, Faktor, Peluang, Tenaga Penjualan

## *ABSTRACT*

*The strategy in the promotion of the company is basically important, because it greatly affects the level of success of the company. This study aims to determine the promotion strategy at PT. BMW Astra Surabaya. The researcher used a qualitative descriptive method, by collecting data using interviews and observations. The results showed that the promotion strategy at BMW Astra Surabaya came from internal and external sides. The internal side is depicted by the strengths and weaknesses of the company's activities related to promotion, while the external side is depicted from the opportunities and threats. The promotional strategies carried out are in the form of: (1) advertising (advertising), (2) sales promotion by providing cashback, gifts, even free fuel for 1 (one) year, (3) sales promotion (personal selling), (4) public relations (public relations). Internal factors show an excess score of 2.18, while a deficiency score of 1.54. External factors showed the opportunity score reached 0.70, greater than the threat. An effective promotion strategy used by PT. BMW Astra Surabaya is personal selling, because it can interact directly with consumers. It is intended that consumers can be interested in buying at the same time remembering the product, thereby increasing sales. Great Opportunity owned by PT. BMW Astra Surabaya must be utilized as best as possible. Salesmen who are an important instrument for companies related to promotions must be given proper training. Loyalty of all employees is also needed to support the company's promotion strategy so that it can run effectively.*

*Keywords:* *Promotion strategy, Factor, Opportunity, Salesman*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 Landasan Teori .....	9
2.2.1 Strategi Pemasaran.....	9
2.2.2 Strategi Promosi.....	12
2.2.3 Bauran Promosi ( <i>Promotion Mix</i> ).....	15
2.2.4 Analisa SWOT .....	17
2.2.5 Kerangka Konsep.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>
3.1 Jenis penelitian .....	36
3.2 Fokus Penelitian .....	36
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
3.4 Jadwal Penelitian .....	38
3.5 Sumber Data .....	39

3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.7 Teknik Analisa.....	41
3.8 Instrumen Penelitian .....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIANDAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
4.2 Hasil Analisis Faktor Internal Dan Eksternal.....	49
4.3 AnalisisSWOT .....	65
4.4 Pembahasan.....	70
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>77</b>
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>80</b>