

LAPORAN KULIAH PRAKTIK BISNIS

STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN PADA *MINIMARKET* HANDAYANI KOPERASI
PEGAWAI REPUBLIK INDONESIA (KPRI) KOPERTIS VII
SURABAYA



OLEH :

FELIX FEBRILLIANT GUNAWAN

3103012257

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2016

STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PADA *MINIMARKET*
HANDAYANI KOPERASI PEGAWAI REPUBLIK
INDONESIA (KPRI) KOPERTIS VII SURABAYA

LAPORAN KULIAH PRAKTIK BISNIS

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

FELIX FEBRILLIANT GUNAWAN

3103012257

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2016

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Unika Widya Mandala Surabaya :

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Felix Febrilliant Gunawan
NRP : 3103012257
Judul : Strategi Promosi untuk Meningkatkan Volume
Penjualan pada *Minimarket* Handayani Koperasi
Pegawai Republik Indonesia (KPRI) Kopertis VII
Surabaya

Menyatakan bahwa laporan tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis
saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia
menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas
Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya
tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital
library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk
kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang – undang Hak
Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah
ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 11 Juli 2016
Yang menyatakan



Felix Febrilliant Gunawan

HALAMAN PERSETUJUAN

LAPORAN KULIAH PRAKTIK BISNIS

STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA *MINIMARKET* HANDAYANI KOPERASI PEGAWAI REPUBLIK INDONESIA (KPRI) KOPERTIS VII SURABAYA

Oleh:

FELIX FEBRILLIANT GUNAWAN

3103012257

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Dosen Pembimbing,



Dr. Margaretha Ardhanari, SE, M.Si
Tanggal: 11 Juli 2016

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan KPB yang ditulis oleh : Felix Febrilliant Gunawan

NRP 3103012257

Telah diuji pada tanggal 28 Juli 2016 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji :

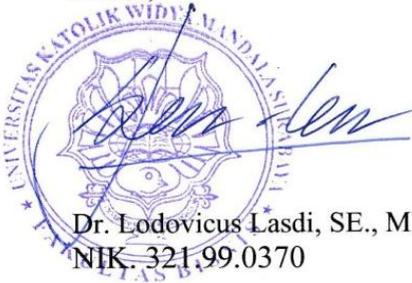


Dr. Margaretha Ardhanari, M.Si
NIK. 311.95.0228

Mengetahui,

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM.
NIK. 321.99.0370



Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si
NIK. 311.99.0369

KATA PENGANTAR

Puji Syukur ke Hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melancarkan kegiatan Kuliah Praktik Bisnis (KPB). Atas berkat rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan Kuliah Praktik Bisnis mengenai Strategi Promosi untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada *Minimarket* Handayani KPRI Kopertis Wilayah VII Surabaya tepat waktu dan terselesaikan dengan baik. Penyusunan laporan Kuliah Praktek Bisnis dibuat dengan tujuan untuk memenuhi Tugas Akhir guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada jenjang strata satu (S-1) di Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyusunan laporan Kuliah Praktek Bisnis ini penulis tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Maka, dengan kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., Msi selaku Ketua Jurusan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Ibu Dr. Margaretha Ardhanari, M.Si selaku dosen pembimbing dan dosen pembimbing lapangan yang telah meluangkan banyak tenaga, waktu dan pikiran selama proses

Kuliah Praktek Bisnis hingga selesainya penulisan laporan Kuliah Praktik Bisnis.

4. Bapak/Ibu dosen pengajar Fakultas Bisnis yang memberikan banyak ilmu pengetahuan dan pelajaran selama proses perkuliahan di Universitas Widya Mandala
5. *Minimarket* Handayani KPRI Kopertis Wilayah VII Surabaya atas kesempatan, ilmu, dan informasi yang diberikan selama pelaksanaan Kuliah Praktek Bisnis sehingga dapat berjalan dengan baik
6. Keluarga yaitu Mama, Engkong Tikno, Emak Rita, Ce Louise, Ce Febe, Dio, Ko Nathan, dan Ako Jochebeth yang selalu memberikan dukungan doa, nasehat, materiil, dan semangat pada penulis hingga dapat menyelesaikan laporan Kuliah Praktek Bisnis ini dengan baik.
7. Ellora, rekan penulis yang selalu membantu, memberikan motivasi, dan dukungan yang tiada henti dalam menyelesaikan laporan ini.
8. Sahabat – sahabat terdekat penulis yang selalu membantu, mendoakan, dan memberikan semangat untuk menyelesaikan laporan Kuliah Praktek Bisnis ini yaitu Edward, Denny, Tius, Conan, Yosua, dan Yosi. Juga teman seperjuangan selama Kuliah Praktek Bisnis Kevin Daud Rotty serta teman – teman lain tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan Kuliah Praktek Bisnis ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis menyadari akan keterbatasan waktu, tenaga, pikiran, dan kemampuan yang dimiliki penulis. Maka dari itu, penulis memohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran guna pengembangan selanjutnya. Akhir kata, penulis berharap laporan Kuliah Praktik Bisnis ini dapat diterima dengan baik dan juga bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya,

Felix Febrilliant Gunawan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Ruang Lingkup Proyek	9
1.3 Tujuan Proyek	10
1.4 Manfaat Proyek	10
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1 Koperasi	14
2.2 <i>Minimarket</i>	16
2.3 Promosi	17
2.4 Strategi Promosi	19
2.5 Periklanan	19

2.6 Promosi Penjualan	22
2.7 Volume Penjualan	25
BAB 3 METODE PELAKSANAAN	
3.1 Desain Penelitian	26
3.2 Jenis dan Sumber Data	27
3.3 Alat dan Metode Pengumpulan Data	28
3.4 Teknik Analisis Data	29
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Profit dan Mitra Usaha	31
4.1.1 Sejarah KPRI Kopertis Wilayah VII	31
4.1.2 Susunan Pengurus KPRI Kopertis Wilayah VII	32
4.1.3 Profit <i>Minimarket</i> Handayani	33
4.2 Kegiatan yang dilakukan di Mitra Usaha	34
4.3 Eksplorasi Akar Masalah dan Pendekatan yang Dipilih..	38
4.3.1 Potensi Toko	40
4.4 Pemecahan Masalah dan Solusi	41
4.4.2 Dengan Menerapkan Strategi Promosi Penjualan..	41
4.4.2 Penggunaan Media Periklanan (<i>advertising</i>)	46
4.4.3 Prioritas Strategi untuk Implementasi	50
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	54
5.2 Saran	55
5.2.1 Saran Akademis	55
5.2.2 Saran Praktis	55
DAFTAR PUSTAKA	

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Data Nilai Penjualan Anggota Koperasi dan Masyarakat Umum	7
Tabel 4.2 Tabel Kegiatan	35

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Analisis SWOT	59

ABSTRAK

Observasi ini dilaksanakan pada *Minimarket* Handayani KPRI Kopertis Wilayah VII Surabaya. Dari hasil observasi yang telah dijalankan, belum adanya strategi promosi yang dilakukan *Minimarket* Handayani membuat kurang optimalnya volume penjualan dari konsumen masyarakat umum. Melihat dari besarnya potensi penjualan dari konsumen masyarakat umum dari tahun ke tahun, *Minimarket* Handayani perlu menerapkan strategi promosi untuk meningkatkan volume penjualan dari konsumen masyarakat umum. Strategi promosi yang perlu dilakukan adalah dengan menerapkan strategi promosi penjualan dan menggunakan media periklanan. Strategi promosi penjualan meliputi penggunaan potongan atau diskon, pemberian kupon atau mengadakan undian berhadiah, penerapan program pelanggan setia, memasang tema khusus atau promosi even special. Sedangkan penggunaan media periklanan (*advertising*) berupa brosur atau selebaran, memanfaatkan internet dan media sosial, penggunaan poster, dan memberikan tanda di jendela (*window sign*). Belum ada strategi promosi yang dijalankan oleh *Minimarket* Handayani, hal ini menyebabkan *Minimarket* Handayani sulit untuk meningkatkan nilai penjualan dari konsumen masyarakat umum. Hasil observasi ini diharapkan dapat membantu pihak *Minimarket* Handayani KPRI Kopertis Wilayah VII Surabaya untuk menerapkan strategi promosi dengan tujuan meningkatkan penjualan dari konsumen masyarakat umum.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Volume Penjualan, *Minimarket*, Strategi Promosi Penjualan, Media Periklanan

ABSTRACT

This observation was held on KPRI Handayani Minimarket Kopertis Region VII Surabaya. Based on the observation, the lack of promotion strategies that Minimarket Handayani do make the volume of sales of the consumer public not optimal. Judging from the magnitude of the potential sale of the consumer public from year to year, Minimarket Handayani needs to implement promotional strategies to increase the sales volume of the consumer public. Promotion Strategy needs to be done is to implement sales promotion strategies and the use of advertising media. Sales promotion strategy covers the usage of cuts or discount, vouchers or lottery, the application of loyal consumer program, special event promotion or installing specific theme. Whereas the usage of marketing tools cover brochure or flyers, the utilization of internet and social media, poster, and window signage. There aren't any promotion strategies run by Minimarket Handayani, causing Minimarket Handayani difficult to increase the sales value of the consumer public. The results of these observations are expected to help Minimarket Handayani KPRI Kopertis Region VII Surabaya to implement promotional strategies with the goal of increasing sales of the consumer public.

Keywords : *Promotion Strategy, Sales Volume, Minimarket, Sales Promotion Strategy, Media Advertising.*