

**MAKALAH ILMIAH**  
**STRATEGI PROMOSI SALESMAN PADA PT. DEALER SEPEDA MOTOR**  
**YAMAHA HASJRAT ABADI KUPANG**



**OLEH**

**YOSEP BRIA**

**No.Reg : 431 14 065**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA**  
**KUPANG**

**2020**

HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Makalah ilmiah ini telah diuji dan dipertahankan di depan tim Penguji  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas  
Katolik Widya Mandira, pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 19 Agustus 2020  
Tempat : Ruang Ujian Fisip

Disetujui oleh

Pembimbing I

Pembimbing II



Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos, M.I.Kom P. Hendrikus S. Bouk, S.Fil, M.A

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Katolik Widya Mandira



PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yosep Bria  
No. registrasi : 431 14 065  
Fak/program studi : Fisip/ Ilmu Komunikasi

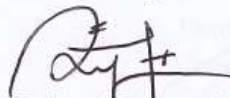
Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis ini (makalah ilmiah) dengan judul,  
**“Strategi Promosi *Salesman* Pada PT. *Dealer* Sepeda Motor Yamaha Hasjrat  
Abadi Kupang”**

Adalah benar benar merupakan karya sendiri. Apabila di kemudian hari ditemukan  
penyimpangan maka saya bersedia dituntut secara hukum

Kupang, juli 2020

Disahkan

Pembimbing I



Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos, M.I.Kom



Mahasiswa



Yosep Bria



UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA

Jl. Jend. Achmad Yani 50 – 52. Telp. (0380) 833395, Fax. 831194

Web Site : <http://www.unwira.ac.id> e-mail : [info@unwira.ac.id](mailto:info@unwira.ac.id)

Kupang 85225 – Timor - NTT

BERITA ACARA UJIAN MAKALAH ILMIAH

Pada Hari ini, **Rabu, 19 Agustus 2020 Jam 15.00 Wita** Telah diadakan Ujian Sarjana Program Skripsi, bagi mahasiswa:

Nama : Yosep Bria  
No. Reg. : 431 14 065  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Makalah Ilmiah :

**STRATEGI PROMOSI SALESMAN PADA PT. SEPEDA MOTOR YAMAHA HASJRAT ABADI KUPANG**

Di hadapan Panitia Ujian Makalah Ilmiah yang terdiri dari :

- 1 Ketua : Mikhael R. Bataona, S.Sos, M.I.Kom
- 2 Sekretaris : P. Hendrikus S. Bouk, SVD, S.Fil, MA
- 3 Penguji Materi I : Yoseph Andreas Gual, MA
- 4 Penguji Materi II : Fransiska D. Setyaningsih, M.Si
- 5 Penguji Materi III : Mikhael R. Bataona, S.Sos, M.I.Kom
- 6 Pembimbing I : Mikhael R. Bataona, S.Sos, M.I.Kom
- 7 Pembimbing II : P. Hendrikus S. Bouk, SVD, S.Fil, MA

*(Handwritten signatures of the panel members)*

Hasil Ujian diperoleh sebagai berikut :

Nilai yang diperoleh dari Penguji I = 80  
Penguji II = 80  
Penguji III = 85  
Lulus dengan Nilai = 81,3 (-A)

Belum Lulus dan diberikan kesempatan untuk ujian ulang pada :

HARI : ..... TANGGAL : ..... JAM : .....  
Hasil Ujian Ulang = .....



Kupang, 19 Agustus 2020  
Ketua Tim Penguji,

*(Signature of Mikhael R. Bataona)*  
**Mikhael R. Bataona, S.Sos, M.I.Kom**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yosep Bria  
No. registrasi : 431 14 065  
Fak/program studi : Fisip/ Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis ini (makalah ilmiah) dengan judul,  
**“Strategi Promosi *Salesman* Pada PT. Dealer Sepeda Motor Yamaha Hasjrat  
Abadi Kupang”**

Adalah benar benar merupakan karya sendiri. Apabila di kemudian hari ditemukan  
penyimpangan maka saya bersedia dituntut secara hukum

Kupang, juli 2020

Disahkan

Pembimbing 1

Mahasiswa

Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos, M.I.Kom

Yosep Bria

## HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Makalah ilmiah ini telah diuji dan dipertahankan di depan tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Katolik Widya Mandira, pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 19 Agustus 2020  
Tempat : Ruang Ujian Fisip

Disetujui oleh

Pembimbing I

Pembimbing II

Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos, M.I.Kom P. Hendrikus S. Bouk, S.Fil, M.A

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Katolik Widya Mandira

Drs. Marianus Kleden, M.Si

# MOTTO

SETIAP USAHA DAN KEMAUAN YANG SINGGUAH-  
SINGGUAH PASTI ADA JALAN

# PERSEMBAHAN

Makalah Ilmiah Ini aku persembahkan untuk kedua orang tua tercinta

1. Bapak Yohanes Koli dan Ibu Florentina Luruk, yang telah membesarkan, mendidik dan mendukung sehingga terselesainya skripsi ini
2. Untuk kakak tercinta Yuliana Koli, Boni Seran, Merin Hoar, Monika Seuk, Aleks Leki, (Alm Yohana Koli).
3. Yang kucinta kedua orang tua angkat Bapak Florentinus Sumantri dan Ibu Hildegardis M. Kusmiati yang telah mendukung dan bertanggung jawab terhadap saya sehingga terselesainya skripsi ini
4. Untuk kakak angkat tercinta Johana Ika Ayuningrum, Maria Makdalena Dwi Wahyuni, Aurelia Eca Purbasari terimakasih atas motivasinya
5. Almamaterku Universitas Katolik Widya Mandira

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan Syukur Penulis Panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena atas karunia dan Rahmat-Nya sehingga penyusunan tugas akhir ini dapat terselesaikan. Tugas akhir yang berjudul “Strategi Promosi Salesman Pada Dealer Sepeda Motor Yamaha Hasjrat Abadi Kupang”. Dimaksudkan untuk memenuhi syarat penyelesaian studi di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, untuk memperoleh Gelar Sarjana (S. I. KOM)

Penyelesaian tugas akhir ini berjalan dengan lancar berkat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Katolik Widya Mandira Kupang
2. Ketua dan Sekertaris program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Katolik Widya Mandira Kupang
3. Dosen pembimbing seminar proposal Mikael Rajamuda Bataona S. Sos, M. I. Kom yang telah meluangkan waktu untuk membantu penulis dari awal penyusunan Proposal Makalah Ilmiah, beserta perbaikan serta saran-sarannya yang penulis terima hingga menyelesaikan Makalah Ilmiah, hanya doa tulus yang pantas buat bapak.



4. Pater Hendrikus Saku Bouk, SVD, S. FIL, MA selaku pembimbing II penulis. yang penulis punya Cuma doa tulus hati buat Pater, kebahagiaan selalu menjadi milikmu. “ Terima kasih untuk motivasi dan tuntunan yang tidak pernah penulis lupakan”.
5. Dosen Pembimbing Akademik (PA) Yoseph Andreas Gual, MA, selaku penguji I penulis “ Terima kasih bapak buat masukkan yang berharga demi menyempurnakan makalah ilmiah ini”.
6. Dosen penguji II Fransiska D. Setyaningsi M. SI, yang telah membantu penulis dengan memberi saran guna memperdalam penelitian dalam makalah ini.
7. Untuk keluarga besar PT. *Dealer* Sepeda Motor Yamaha Hasjrat Abadi Kupang yang telah menerima penulis dan memberi kesempatan dalam melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) dan melanjutkan penyusunan proposal Makalah Ilmiah sehingga penulis dapat merasakan seperti apa dunia kerja dan penulis memperoleh keluarga baru yang membimbing penulis dengan kesabaran dan memberikan ruang kepada penulis sehingga dapat mengikuti semua proses kerja dari awal sampai akhir dengan baik.
8. Buat semua teman- teman Fisipkom 14 Deki, Berto Hayong, Yasin, Leo, Rian Lengo, mirlan, Rosi, Jesi, Rian Meka, Yoman.yang selalu memotivasi dan menguatkan serta membantu fasilitas untuk penulisan propas Makalah Ilmiah ini.

9. Untuk semua teman-teman yang tidak sempat menyebutkan namanya satu persatu, penulis ucapkan terima kasih banyak.

Bagi penulis, skripsi makalah ini masih jauh dari kesempurnaan karena adanya keterbatasan-keterbatasan, untuk itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan

Kupang, Juli 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

	HAL
KATA PENGANTAR .....	i
ABSTRAK .....	ii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penulis.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN KONSEPTUAL.....	6
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Keterkaitan Pemasaran Dan Promosi.....	8
2.3 Promosi.....	12
1. Pengertian dan ruang lingkup promosi.....	12
2. Faktor faktor yang mempengaruhi promosi mix.....	13
3. Tujuan promosi.....	14
4. Bentuk bentuk promosi.....	14
2.4 <i>Sales Promotion (promosi penjualan)</i> .....	17

BAB III PEMBAHASAN.....	21
3.1 Sejarah <i>Dealer</i> Yamaha Hasjrat Abadi Kupang.....	21
3.2 Hasil Temuan Data.....	24
3.3 Analisi Data .....	32
3.4 Interpretasi Data .....	37
BAB IV PENUTUP.....	40
4.1 Kesimpulan.....	40
4.2 Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR GAMBAR

	<b>HAL</b>
Gambar 3.2 pengantaran unit sepeda motor.....	29

## ABSTRAK

Karya ilmiah ini berjudul Strategi Promosi *Salesman* Pada PT. *Dealer* Sepeda Motor Yamaha Hasjrat Abadi Kupang. Karya ini berbentuk makalah yang dibuat sebagai tugas akhir pengganti skripsi, meskipun demikian makalah ini melalui banyak tahapan yang manfaat bobotnya tidak berbeda jauh dari skripsi.

Banyak sekali produk dan jasa yang berkembang di Indonesia dalam memenuhi kebutuhan konsumen dengan keberagaman produk tersebut, hal ini yang membuat sebuah perusahaan bersaing semakin ketat di dalam dunia bisnis. Otomatis harus membuat strategi *promotion* yang tepat melalui *salesman* karena memiliki peran yang sangat penting untuk mencari pelanggan dan membuat konsumen lebih tertarik terhadap produk yang ada.

Berdasarkan inilah penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana cara strategi *promotion salesman* dalam meningkatkan penjualan di PT. *Dealer* Sepeda Motor Yamaha Hasjrat Abadi Kupang dengan suatu tujuan yang lebih jelas untuk mengetahui langkah-langkah dan strategi yang dilakukan *salesman* saat prospek konsumen dilapangan.

Untuk mengetahui hal penting dalam karya ilmiah ini penulis memasukan konsep penting untuk melakukan analisis dan interpretasi data dalam hal ini resume makalah ilmiah *personal selling*, strategi *promotion salesman*, promosi penjualan produk Yamaha, harga produk Yamaha. Hasil data dalam makalah ilmiah ini penulis melakukan observasi mendalam saat praktek Kuliah Kerja Lapangan (KKL) selama dua bulan di PT. *Dealer* Sepeda Motor Yamaha Hasjrat Abadi Kupang, dari hasil pengamatan itulah penulis mengetahui bagaimana cara strategi *promotion* yang dilakukan *salesman*. Menawarkan promo, hal ini untuk menarik para peminat konsumen, memilih lokasi yang tepat.

Dari data tersebut penulis melakukan analisis berdasarkan konsep yang telah penulis masukan secara terperinci dari data yang penulis analisis dapat disimpulkan dari beberapa langkah dan cara strategi promosi *salesman* saat prospek konsumen sering memanfaatkan media *online* karena penyebaran informasinya sangat luas dan cepat