

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN
REKLAME PADA PT. DINAMIS MEDIA INDONESIA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

YONGKI ARBIANTO
NIM. B. 100 090 025

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2014**

PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :
**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN
REKLAME PADA PT. DINAMIS MEDIA INDONESIA**

Yang ditulis oleh :

Nama : YONGKI ARBIANTO

NIM : B. 100 090 025

Pendandatangan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Maret 2014

Pembimbing



(Drs. Sri Padmantyo, MBA)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Drs. Triyono, M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : YONGKI ARBIANTO
NIRM : 09.6.106.02016.500025
Jurusan : MANAJEMEN
Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN REKLAME
PADA PT. DINAMIS MEDIA INDONESIA

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Maret 2014
Yang Membuat Pernyataan,

YONGKI ARBIANTO

MOTTO

“Ilmu lebih utama daripada harta. Sebab ilmu warisan para nabi adapun harta adalah warisan Qorun, Firaun dan Lainnya. Ilmu lebih utama dari harta karena ilmu itu menjaga kamu, kalau harta kamulah yang menjaganya.”

(Ali bin Abi Thalib).

”Dengan Kecerdasaan jiwalah manusia menuju arah kesejahteraan.”

(Ki Hajar Dewantara).

’Hendaklah kamu semua mengusahakan ilmu pengetahuan itu sebelum dilenyapkan. Lenyapnya ilmu pengetahuan ialah dengan matinya orang-orang yang memberikan atau mengajarkanya. Seorang itu hendaklah dilahirkan langsung pandai , jadi ilmu pengetahuan itu pastilah harus dengan belajar.”

(Ibnu Mas’ud r.a).

PERSEMBAHAN

Karya ini Kupersembahkan teruntuk :

- ? Bapak dan ibu yang telah mendidik dan membesarkan aku dengan untaian doa dan kasih sayang yang selalu mengiringi setiap langkahku Hingga sampai saat ini. (H.Hadiyono,SE & Ida Ruwaida)
- ? Kakak dan Adikku yang telah memberikan dukungan, dan motivasi. (Eka Andi Oktavianto, Heny Sulastri, Putri M, Yosi dan Yoga)
- ? Seseorang yang kelak menjadi pendampingku, dan telah memberikan ku semangat dan motifasi. (Saras Idfiana,SH)
- ? Teman-teman yang telah menghiburku maupun suka dan duka untuk menyelesaikan tugas akhir ku ini. (KB.Laas Indonesia)
- ? Almamaterku, semoga dari sanalah awal kesuksesanku. Amin

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan adalah untuk mengetahui Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan di PT. Dinamis Media Indonesia.

Teknik Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi sedangkan penelitian ini bersifat deskriptif sehingga setelah data terkumpul, analisa yang dilakukan adalah analisa kualitatif.

Berdasarkan hasil deskripsi Strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan PT. Dinamis Media Indonesia adalah strategi stabilitas (*stability*). yaitu menekankan pada tidak bertambahnya produk, pasar dan fungsi-fungsi perusahaan, lebih pada upaya peningkatan efisiensi dalam rangka peningkatan kinerja dan keuntungan. Strategi ini relatif memiliki resiko yang rendah dan biasanya dilakukan produk yang tengah dalam posisi kedewasaan (*Maturity*). Posisi kedewasaan tahap penurunan terlihat pada penjualan absolut PT. Dinamis Media Indonesia mulai menurun. Hal tersebut juga tampak dari promosi yang dilakukan yang masih diimplementasikan secara tradisional hanya sebatas dari mulut ke mulut pembeli, padahal pada kenyataannya persaingan dari luar perusahaan akan dapat terjadi kapan saja dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi seperti internet sedangkan analisa SWOT, posisi perusahaan berada pada kuadran I. Hal tersebut berarti perusahaan PT. Dinamis Media Indonesia mempunyai peluang lingkungan sebesar 1.05 dan kekuatan internal sebesar 0,97. Maka strategi yang sesuai untuk dilakukan adalah strategi agresif atau strategi ekspansi untuk memaksimalkan kekuatan internal dan eksternal perusahaan.

Kata Kunci :Faktor Eksternal, Faktor Internal, Kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threat*)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah hirobilalamin, puji syukur penulis panjatkan atas limpahan Rahmat dan berkah dari Allah SWT, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tanpa hambatan yang berarti. Salam dan sholawat semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita semua umat Islam dari jaman kegelapan kejaman yang jauh lebih baik.

Tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah dengan sukarela memberikan dukungan, doa, kesempatan, bantuan pemikiran tenaga dan fasilitas sehingga penelitian ini berjalan sebagaimana mestinya. Rasa terima kasih ini penulis sampaikan :

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM., selaku Kajur Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Faturrohman, MM selaku Pembimbing Akademik yang telah banyak membantu, membimbing dan memberikan saran selama aku kuliah di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Drs. Sri Padmantlyo, MBA selaku pembimbing skripsi yang dengan penuh kesabaran telah memberikan dukungan, saran, pengarahan dan dukungan hingga selesainya penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen dan staf karyawan FE. UMS yang telah banyak memberi bantuannya.

6. Bapak Pimpinan PT. Dinamis Media Indonesia terima kasih telah mengizinkan penulis melakukan penelitian.
7. Ibu dan Bapak yang tercinta terima kasih atas kasih sayangnya yang tulus, tiada kuasa kiranya ananda membalasnya.
8. Seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung membantu kelancaran penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman angkatan 2009 terima kasih atas keceriaan dan kebahagiaan selama menuntut ilmu di UMS

Penulis telah berupaya semaksimal mungkin dalam penyusunan skripsi ini. Namun tak ada gading yang tak retak, maka saran yang konstruktif senantiasa penulis nantikan. Mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi setiap pembaca pada umumnya.

Surakarta, Maret 2014



Yongki Arbianto

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Sistematika Skripsi.....	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Pengertian Pemasaran.....	6
B. Strategi	9
1. Pengertian Strategi	9
2. Tipe-tipe Strategi.....	11

C. Strategi Pemasaran	11
D. Analisis SWOT sebagai Perumusan Strategi Bersaing	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
A. Kerangka Pemikiran.....	21
B. Bentuk dan Strategi Penelitian	22
C. Teknik Pengumpulan Data.....	23
D. Analisis Data	24
E. Metode dan Desain Penelitian.....	26
F. Sumber Data	26
G. Teknik Analisis Data	27
H. Alur Penelitian PT. Dinamis Media Indonesia	29
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	31
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	31
B. Analisis Lingkungan.....	35
C. Peluang dan Ancaman.....	46
D. Kekuatan dan Kelemahan.....	49
E. Analisis Matrik IFAS	51
F. Analisis Matrik EFAS	52
G. Analisis SWOT.....	53
H. Analisis Matrik IE (Internal-External)	54
I. Pembahasan	56

BAB V. PENUTUP.....	58
A. Kesimpulan	58
B. Keterbatasan Penelitian.....	59
C. Saran.....	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Tabel IFAS PT. Dinamis Media Indonesia	51
Tabel 4.2	Tabel EFAS PT. Dinamis Media Indonesia	52

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Sistem Pemasaran Sederhana	7
Gambar 2.2. Elemen-elemen Strategi Pemasaran.....	13
Gambar 2.3. Dimensi Lingkungan pada Strategi Pemasaran	14
Gambar 2.4. Diagram Analisis SWOT	15
Gambar 3.1. Alur Penelitian.....	30
Gambar 4.1. Diagram SWOT PT. Dinamis Media Indonesia	54
Gambar 4.2. Matrik IE PT. Dinamis Media Indonesia	55