

**PERANAN PELAKSANAAN *EVENT* PEKAN RAYA JAKARTA PADA  
PENJUALAN PT KDK INDONESIA  
*THE ROLE OF IMPLEMENTATION OF THE JAKARTA FAIR EVENT ON  
THE SALES PT KDK INDONESIA***

**HILDAYANTI  
8223108293**



**Karya Ilmiah ini disusun untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Mendapatkan Gelar Ahli Madya  
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2013**

## ABSTRAK

**HILDAYANTI. 2013. 8223108293. Peranan Pelaksanaan *Event* Pekan Raya Jakarta pada Penjualan PT KDK Indonesia.** Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui tentang peranan pelaksanaan *Event* Pekan Raya Jakarta pada penjualan PT KDK Indonesia. Dalam melakukan penelitian ini, Penulis menggunakan metode deskriptif analisis, dimana pengumpulan datanya melalui studi pustaka, wawancara dan dokumentasi pada PT KDK Indonesia.

Dari hasil penulisan dapat diketahui bahwa selama mengikuti *Event* Pekan Raya Jakarta, PT KDK Indonesia mengalami kenaikan omzet penjualan, meskipun terjadi Fluktuasi dalam persentase penjualan produk elektroniknya.

Kata Kunci : *Event*

## **ABSTRACT**

**HILDAYANTI. 2013. 8223108293. Peranan Pelaksanaan Event Pekan Raya Jakarta pada Penjualan PT KDK Indonesia.** Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

*This paper has a purpose to know role in the implementation of the Jakarta Fair Event on the sales PT KDK Indonesia. Research method that used is descriptive analysis, with searching data through library, interview and documentation.*

*From writing result can concluded that during the Jakarta Fair Event, PT KDK Indonesia has increase in sales turnover, even though occurred Fluctuations in the percentage of sales electronic products.*

*Key Word: Event*


LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG

Pembimbing

Tanda Tangan

Tanggal

Dra. Basrah Saidani, M.Si  
NIP : 19630119 199203 2 001

  
..... 28 Juni 2013

Ketua Jurusan Manajemen

Jakarta, Juni 2013  
Ketua Program Studi DIII Manajemen  
Pemasaran



Dr. Hamidah, SE., M.Si  
NIP. 19560321 198603 2 001



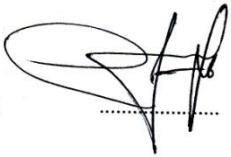


Dra. Umi Mardiyati M.Si  
NIP. 19570221 198503 2 002

**LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH**

Dekan Fakultas Ekonomi – Universitas Negeri Jakarta



Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus  
NIP. 196712071992031001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		
<u>Agung Kresnamurti, R.P., ST., MM</u> NIP. 19740416 200604 1 001		12 Juli 2013
Penguji Ahli		
<u>Dr. Mohamad Rizan, SE., MM</u> NIP. 19720627 200604 1 001		12 Juli 2013
Dosen Pembimbing		
<u>Dra. Basrah Saidani, M.Si.</u> NIP. 1963011 199203 2 001		12 Juli 2013

## KATA PENGANTAR

Rasa Syukur kita panjatkan kepada ALLAH SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan KaruniaNya sehingga Penulis dapat menyelesaikan Laporan Karya Ilmiah yang berjudul: Peranan Pelaksanaan *Event* Pekan Raya Jakarta pada Penjualan PT KDK Indonesia

Laporan Karya Ilmiah ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar ahli madya di bidang Pemasaran pada Jurusan Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa laporan Karya Ilmiah ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis berterima kasih kepada :

1. Dra. Basrah Saidani, M.Si. Selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dalam memberikan pengarahan dan masukan untuk Penulis dalam penyusunan Karya Ilmiah ini.
2. Drs. Dedi Purwana selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
3. Dr. Hamidah, SE, M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen
4. Dra. Umi Mardiyati, M.Si. selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran dan sekaligus sebagai Pembimbing Akademik

Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

5. Seluruh dosen dan staf administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
6. H. Taufikur Rahman, selaku *Sales Manager* PT KDK Indonesia
7. Seluruh staf dan karyawan PT KDK Indonesia yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu
8. Kedua Orang Tua tersayang, Kakak-kakak saya, Kartika, Zaki, Ima, Wati, dan adik-adik saya, Hadi dan Pai yang tidak henti-hentinya mendoakan dan memberikan semangat
9. Keponakan saya, Raisya Hibbaturrahman yang selalu memberikan keceriaan
10. Achmad Fadhli, yang telah membantu saya dalam menterjemahkan Laporan Karya Ilmiah ini ke dalam Bahasa Inggris
11. Mata *Girls*, Amira, Daniar, Muthia dan Suci yang selalu susah senang bersama, selalu tertawa dan makan dalam situasi apapun
12. Teman-teman Manajemen Pemasaran 2010 yang selalu memberikan semangat dan doa. Khususnya Erin, Shanty, Ridha, Tri, Putri, Eva, Paska, Ferdy, Dimas, Fuad, Ardian, Alim, Attya, Binar, dan Rizal.
13. Rekan-rekan Mahasiswa lain yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu

Semoga ALLAH SWT melipat gandakan pahala kepada mereka semua atas bantuan dan dorongannya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Karya Ilmiah ini.

Penulis menyadari bahwa Karya Ilmiah ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, Penulis menerima segala kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga Karya Ilmiah ini memberikan manfaat untuk banyak orang .

Jakarta, Juni 2013

Hildayanti