

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI DAN SWOT PRODUK
FASHION PADA PT MATAHARI DEPARTMENT STORE,
CAB. ARION MALL**

**JUNI DWI LAKSONO
8223145323**



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

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2018**

**ANALYSIS OF PROMOTION STRATEGIES AND SWOT
FASHION PRODUCT ON PT MATAHARI DEPARTEMENT
STORE, BRANCH OF ARION MALL**

**JUNI DWI LAKSONO
8223145323**



**The Scientific Paper Report Was Written To Fulfill One Of The
Requirements To Get Expert Associate Degree Faculty Of Economics On
States University Of Jakarta**

**STUDY PROGRAM DIII MARKETING MANAGEMENT
FAKULTY OF ECONOMIC
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2018**



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220

Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285

Laman: www.unj.ac.id/fe



ISO 9001:2008 CERTIFIED
CERTIFICATE NO.
IAS/INA/3640

Building
Future
Leaders

SURAT PERSETUJUAN SIDANG KI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Dosen Pembimbing

1. Nama : Dra. Sholikhah, MM
 2. NIP : 19620623 199 003 2001
 3. Tanda tangan :

Memberikan Persetujuan kepada Mahasiswa dibawah ini :

1. Nama : Juni Dwi Laksono
 2. No. Registrasi : 022314 5323
 3. Program Studi : D3 Pemasaran
 4. Judul : Analisis Strategi Promosi PT. MATAHAN Dept. Store
 cabang Arion mall

Untuk Mengikuti/~~Tidak mengikuti~~* Sidang KI pada tanggal 15 Feb 2019

Mengetahui
Koordinator Prodi D3 Manajemen Pemasaran FE UNJ

Jakarta, 06-02-2019
Mahasiswa Ybs,

Dra. Sholikhah, MM
NIP. 19620623 199003 2 001

Juni Dwi Laksono
No.Reg : 022314 5323

LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Prof. Dr. Dedi Purwana E. S., M. Bus

NIP. 19671207 199203 1 001

Nama Tanda Tangan Tanggal

Ketua Penguji

Dra. Umi Mardiyati, M. Si

NIP. 19570221198503 2 002

21-02-2014

Penguji Ahli

Dra. Basrah Saidani, M. Si

NIP. 19630119 199203 2 001

21-02-2014

Dosen Pembimbing

Dra. Sholikhah, M. M

NIP. 19620623199003 2 001

25-02-2014

ABSTRAK

Juni Dwi Laksono. 2018. 8223145323. Analisis Strategi Promosi PT Matahari Dept Store Cabang Arion. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Karya Ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT Matahari Dept Store Cabang Arion dan mengetahui Kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threats*) pada PT Matahari Dept Store Cabang Arion serta pengaruhnya dalam menarik konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Dengan menggunakan pengumpulan data melalui studi pustaka, observasi dan juga wawancara kepada pihak PT Matahari Dept Store Cabang Arion.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa strategi pemasaran PT Matahari Dept Store Cabang Arion adalah dengan menyesuaikan bauran pemasaran yang diaplikasikan perusahaan yaitu *product, price, place, promotion*. Perusahaan menargetkan konsumen dari perusahaan yang membutuhkan atau sering membeli barang di Matahari Mall.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, SWOT

ABSTRACT

Juni Dwi Laksono. 2018. 8223145323. Marketing Strategy Analysis On Products PT Matahari Dept Store Cabang Arion. Study Program, Diploma in Marketing Management. Department of Management. Faculty of Economics. State University of Jakarta.

This paper aims to determine the marketing strategy undertaken by PT Matahari Dept Store Cabang Arion and knowing Strength, Weakness, Opportunity and Threats in PT Matahari Dept Store Cabang Arion and influence in attracting consumers. The method used in this research is descriptive analysis. By using data gathered through literature studies, observation, and interviews to the PT Matahari Dept Store Cabang Arion.

Based on the results of this research is that PT Matahari Dept Store Cabang Arion marketing strategy is to adjust the marketing mix applied by the company that is product, price, place, promotion. The company targets consumers from companies that need or often use produk Matahari mall.

Keyword: Marketing Strategy ,SWOT

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah yang merupakan syarat kelulusan di Program Studi Diploma III, Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis berterimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dra. Solikhah, MM. selaku Ketua Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Dedi Purwana, M.Bus. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Ibu Rina selaku Supervisor PT Matahari Mall Cab Arion, dan seluruh karyawan PT Matahari mall yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, dan tanpa mengurangi rasa hormat penulis.
4. Ayah, Ibu, dan Kakak, serta keluarga besar yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis.
5. Seluruh kerabat dan teman-teman Prodi Diploma DIII yang tidak disebutkan namanya yang juga mendukung penulis dalam menyelesaikan KaryaIlmiah.

6. Dini Anggraini sebagai pendamping dan penyamngat saya untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penyusunan Karya Ilmiah ini, oleh karena itu penulis juga mengahrapkan berbagai kritik dan saran yang membangun dari pembaca sehingga dapat menambah mutu Karya Ilmiah ini.

Jakarta, 16 Februari 2019

Penulis