

**STRATEGI PROMOSI DIGITAL TERHADAP PENJUALAN
PRODUK SINGER DI YOGYAKARTA**

Laporan Tugas Akhir
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Ahli Madya Diploma 3
Program Studi Manajemen



diajukan oleh

**David Arunawan Harto
20-16014**

SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN YKPN

YOGYAKARTA

2021

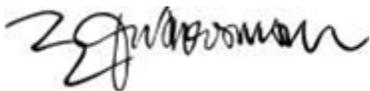
Lembar Persetujuan

**STRATEGI PROMOSI DIGITAL TERHADAP PENJUALAN
PRODUK SINGER DI YOGYAKARTA**

**Laporan Tugas Akhir
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Ahli Madya Diploma 3
Program Studi Manajemen**

**Diajukan oleh
David Arunawan Harto
20-16014
telah disetujui oleh**

Dosen Pembimbing



Drs. Eka Sudarusman, M.M.

Tanggal 7 Januari 2022

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Mahaesa yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Strategi Promosi Digital Terhadap Penjualan Produk Singer Pada Tahun 2021”**. Tugas akhir ini disusun sebagai persyaratan kelulusan pada Program Studi Manajemen Perusahaan Diploma 3 Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta.

Penyelesaian Tugas Akhir ini berjalan lancar tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr Suparmono, M.Si. selaku Ketua STIM YKPN Yogyakarta.
2. Drs. Eka Sudarusman, M.M. selaku dosen Pembimbing yang selalu memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyusun tugas akhir ini.
3. Kedua orang tuaku yang tercinta Bapak Budi Harto dan Ibu Endang Listyorini yang telah mendidik, mendoakan, dan senantiasa memberikan begitu banyak bantuan, baik dukungan moril dan materil sehingga penulis dapat berhasil menyelesaikannya sampai saat ini.
4. Kepada pemilik Dealer SINGER Mesin Jahit Yogyakarta yang berlokasi di Jalan AM. Sangaji No. 34, Cokrodiningratan, Jetis, Yogyakarta, beserta seluruh karyawannya.
5. Teman-temanku D3 Manajemen angkatan 2015, terima kasih atas segala kebersamaan, bantuan dan dukungan moril yang telah diberikan.

6. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran sangat penulis harapkan sebagai media untuk lebih menyempurnakan Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya.

Yogyakarta, 7 Januari 2022

Penulis

David Arunawan Harto

MOTTO

“ Apapun juga yang kamu perbuat, perbuatlah dengan segenap hatimu
seperti untuk Tuhan dan bukan untuk manusia”

(Kolose 3:23)

“ Selama masih ada kesempatan, jangan pernah matikan semangat
untuk raih kemenangan”

(Bambang Pamungkas)

“Agar sukses, kemauanmu untuk berhasil harus lebih besar
dari ketakutanmu untuk gagal”

(Bill Cosby)

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini kupersembahkan untuk:

- Kedua orang tuaku Bpk. Budi Harto dan Ibu Endang Listyorini Judoprajitno yang mengasihiku yang selalu membimbing, memotivasi, mendukung dan senantiasa mendoakanku demi keberhasilanku.
- Kepada Bpk. Albert Yusuf Langke dan Ibu Anny Dase selaku pembimbing rohani saya.
- Kepada sahabat karibku (Pebriani Pangestika dan Fauzan Hari Muzhafar) yang selalu memberikan support dan semangat untuk terus maju, pantang menyerah, serta mengajarkan arti persahabatan.
- Kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	2
C. Tujuan	3
D. Manfaat	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
A. Pengertian Strategi	5
B. Pengertian Promosi	6
C. Pengertian Digital	7
D. Pengertian Penjualan	9
BAB III PELAKSANAAN PRAKTIK MAGANG	14
A. Sejarah Mesin Jahit Singer	14

B. Sejarah Perkembangan di Indonesia	14
C. Sejarah Berdirinya Perusahaan	16
D. Lokasi Perusahaan	17
E. Struktur Organisasi	18
F. Deskripsi Kegiatan Magang	20
BAB IV PEMBAHASAN	22
A. Periklanan (<i>Advertising</i>)	22
B. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	24
C. Penjualan Perseorangan (<i>Personal Selling</i>)	25
D. Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	26
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	28
A. Kesimpulan	28
B. Saran	28
DAFTAR PUSTAKA	29
LAMPIRAN	