

PROYEK AKHIR

***BRANDING* MANIK-MANIK ZEEBEADS MENGGUNAKAN
STRATEGI *PROMOTION MIX* UNTUK PENINGKATAN
VOLUME PENJUALAN DI PULAU JAWA**

**Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana
Terapan**



**POLITEKNIK
TEMPO**

TUGAS AKHIR

Disusun oleh

Aziza Andira Putri Sangaji (211210006)

PROGRAM STUDI

MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL

POLITEKNIK TEMPO

JAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG

 POLITEKNIK TEMPO	KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI POLITEKNIK TEMPO PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL	Form TA-15
PENGESAHAN TUGAS AKHIR		

Judul Tugas Akhir : *Branding Manik-manik Zeebeads Menggunakan Strategi Promotion Mix Untuk Peningkatan Volume Penjualan di Pulau Jawa*

Nama : Aziza Andira Putri Sangaji

NIM : 211210006

Tugas Akhir ini telah dinyatakan lulus dalam sidang Tugas Akhir pada 23 Mei 2025 dihadapan penguji dan telah di revisi sesuai catatan Tim Penguji. Karena itu, penulis berhak memperoleh gelar Sarjana Terapan D4 S.Tr.M di bidang Manajemen

Ketua Program Studi
Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M.
NIDN. 0306028803

Tanggal

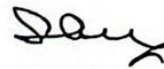
30/5 2025

Jakarta, 29 Mei 2025
Tanda Tangan



Penguji I
Shalifi Andri, S.P., M.M.
NIDN. 0328087202

29/5 2025



Penguji II
Indira Tribhuwana Tungga Dewi, S.E., M.M.
NIDN. 0312029401

29/5 2025



Pembimbing I
Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M.
NIDN. 0306028803

30/5 2025

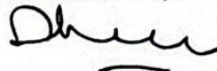


Pembimbing II
Rahmi Utami, S.Sos., M.B.A.
NIDN. 0304028306

29/5 2025



Mengetahui,
Direktur Politeknik Tempo



Shalifi Andri, S.P., M.M.
NIDN. 0328087202

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG

 POLITEKNIK TEMPO	KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI POLITEKNIK TEMPO PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL	Form TA-10
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR		

***“Branding Manik-Manik Zeebeads Menggunakan Strategi Promotion Mix Untuk
Peningkatan Volume Penjualan Di Pulau Jawa”***

Disusun oleh :

Aziza Andira Putri Sangaji

211210006

Diterima dan Disetujui untuk dipertahankan pada Ujian Sidang Tugas Akhir

Menyetujui,

Jakarta, 19 Mei 2025

Pembimbing I



Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M
NIDN: 0306028803

Pembimbing II



Rahmi Utami, S.Sos., M.B.A
NIDN: 0304028306

Menyetujui,

Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional



Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M
NIDN: 0306028803

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

 POLITEKNIK TEMPO	KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI POLITEKNIK TEMPO PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL	Form TA-16
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI		

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Aziza Andira Putri Sangaji

Tempat/Tanggal lahir : Jakarta, 12 Maret 2003

NIM : 211210006

Program Studi : Manajemen Pemasaran Internasional

Judul Tugas Akhir : Branding Manik-manik Zeebeads Menggunakan Strategi Promotion Mix Untuk Peningkatan Volume Penjualan di Pulau Jawa

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M.
2. Rahmi Utami, S.Sos., M.B.A.

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya buat benar-benar hasil karya sendiri dan saya bertanggung jawab secara akademis atas apa yang saya tulis.

Pernyataan ini dibuat sebagai salah satu syarat menempuh Ujian Tugas Akhir.

Jakarta, 19 Mei 2025

Mahasiswa Ybs,



Aziza Andira Putri Sangaji

NIM. 211210006

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH



POLITEKNIK TEMPO

Gedung TEMPO Jl. Palmerah Barat No. 8 Jakarta 12210



021-5360409



admin@politekniktempo.ac.id



www.politekniktempo.ac.id

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Politeknik Tempo, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aziza Andira Putri Sangaji

NIM : 211210006

Prodi / Angkatan : Manajemen Pemasaran Internasional / 2021

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan Politeknik Tempo, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Tugas Akhir

☐ Laporan Penelitian

☐ Lain-lain (.....)

Yang berjudul : **IMPLIKASI BRANDING MANIK-MANIK ZEEBEADS
MENGUNAKAN STRATEGI PROMOTION MIX UNTUK
PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN DI PULAU JAWA**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan Politeknik Tempo berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Politeknik Tempo, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 27 Mei 2025

Penulis,



(Aziza Andira Putri Sangaji)

**“*Branding* Manik-manik Zeebeads Menggunakan Strategi *Promotion mix* untuk
Peningkatan Volume Penjualan di Pulau Jawa”**

Nama : Aziza Andira Putri Sangaji
NIM : 211210006
Pembimbing : Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M.
Rahmi Utami, S.Sos., M.B.A.

ABSTRAK

Brand Zeebeads yang sudah berjalan sejak tahun 2023 befokus pada aksesoris dan perhiasan yang terbuat dari manik-manik. Pada tahun 2024 *brand* Zeebeads mengalami penurunan penjualan yang sangat drastis sehingga menjadikan proyek ini sebagai penelitian. Kajian ini bertujuan untuk menaikkan volume penjualan di pasar pulau Jawa. Dengan cara melakukan *branding* menggunakan strategi *promotion mix* yang terdiri dari 6 jenis yaitu periklanan, penjualan personal, hubungan masyarakat, WOM, promosi penjualan, dan *direct marketing*. Diantara strategi ini yang paling efektif adalah *direct marketing*. Selain itu, strategi lain memang cukup berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan namun belum optimal dan perlu ditingkatkan lagi. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam bentuk kegiatan yang berjalan dari tahun 2023 hingga 2025 serta pembuktian hasil dari strategi yang telah dilakukan.

Kata kunci: pelabelan, merek, bauran promosi, penjualan, periklanan, hubungan masyarakat, penjualan personal, mulut ke mulut, pemasaran langsung, promosi penjualan

***“Zeebeads Beading Branding Using the Promotion mix Strategy to Increase
Sales Volume in Java”***

Name : Aziza Andira Putri Sangaji
ID Number : 211210006
Advisor : Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M.
Rahmi Utami, S.Sos., M.B.A.

ABSTRACT

The Zeebeads brand, which has been running since 2023, focuses on accessories and jewelry based on beads, experienced problems with brand awareness to the point of decreased in sales in 2024. This study aims to increase sales volume in The island of Java. By branding using a promotion mix strategy consisting of 6 types, namely advertising, personal selling, public relations, WOM, sales promotion, and direct marketing. Among these, the most effective strategy is direct marketing. In addition, other strategies are quite influential in increasing sales volume but are not optimal and need to be improved. This study provides a contribution in the form of activities in the period of 2023 to 2025 and proof the results of the strategies that have been carried out.

Keywords: branding, brand, promotion mix, sale, advertising, public relation, personal selling, word of mouth, direct marketing, promotion selling

PRAKATA

Alhamdulillah, senantiasa kita ucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang hingga saat ini masih memberikan kita nikmat iman dan kesehatan, sehingga penulis diberi untuk menyelesaikan tugas akhir tentang “*Branding Manik-Manik Zeebeads Menggunakan Strategi Promotion mix Untuk Peningkatan Volume Penjualan Di Pulau Jawa*”. Tugas akhir ini ditulis untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar Sarjana Terapan.

Tak lupa penulis juga mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada setiap pihak yang telah mendukung serta membantu penulis selama proses penyelesaian proyek akhir ini hingga selesai. Ucapan terima kasih penulis disampaikan pada:

1. Shalfi Andri, S.P., M.M. selaku Direktur Politeknik Tempo.
2. Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M. dan Rahmi Utami, S.Sos., M.B.A. selaku dosen pembimbing tugas akhir atas bimbingan dan tugas yang diberikan.
3. Harry Jundrio, S.E., M.M., Indira Tribhuwana Tungga Dewi, S.E., M.M., Muhammad Iqbal Arrasyid, S.E., M.M. Ph.d dan Dewi Yani Amril, S.Kom., M.M. selaku dosen Manajemen Pemasaran Internasional yang telah mengajar saya serta memberikan ilmu dan praktek yang dapat saya gunakan dalam proyek penelitian ini.
4. Ibu, adik dan keluarga atas do’a, dorongan, dukungan dan rumah yang selalu ada sehingga saya dapat berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita.
5. Untuk Ayah, yang selalu mendukung saya dalam bentuk apapun. Dan doanya selalu menyertai penulis hingga akhir hayatnya.
6. Mario Mamahityang terus memberikan dukungan dengan tulus untuk saya dalam berjuang menyelesaikan Tugas Akhir ini hingga tuntas.
7. Rekan-rekan seperjuangan MPI Pride dan seluruh teman-teman Angkatan 2021, yang sama-sama bekerja keras untuk menyelesaikan tugas akhirnya.
8. Sahabat saya yaitu Alfa, Athaya, Dara, Naila, Farouq, Karlos, dan Faiz yang telah memberikan semangat penuh dan tulus untuk saya.
9. Teman-teman adik tingkat Politeknik Tempo Angkatan 2022-2023.
10. Seluruh civitas academica Politeknik Tempo.

11. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian proyek akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan karya tulis ini masih jauh dari kata sempurna serta kesalahan yang diluar batas kemampuan penulis. Maka dari itu penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun dari para pembaca. Penulis juga berharap karya tulis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 19 Mei 2025

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Aziza', with a stylized flourish extending from the end.

Aziza Andira Putri Sangaji

NIM: 211210006

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Pembatasan Penelitian	6
D. Perumusan Masalah.....	7
E. Tujuan.....	7
F. Signifikansi Penelitian.....	7
BAB II.....	9
LANDASAN TEORI.....	9
A. Landasan Teori	9
a. <i>Branding</i>	9
b. <i>Promotion mix</i>	11
c. Penjualan.....	18
B. Pertanyaan Kajian	20
BAB III.....	23
METODE KAJIAN	23
A. Tentang Zeebeads.....	23
B. Lokasi Usaha	24
C. Produk Zeebeads.....	27

D. Status Usaha	30
E. <i>Timeline</i> Proyek.....	30
F. Analisis SWOT	32
G. Aspek Sumber Daya Manusia Zeebeads	33
H. Aspek Operasional Zeebeads	35
I. Aspek Pemasaran	37
J. Aspek Keuangan.....	39
BAB IV.....	54
HASIL KAJIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Hasil Kajian	54
B. Pembahasan Kajian.....	54
1. <i>Branding</i>	55
2. <i>Promotion mix</i>	57
3. Penjualan	83
C. Keterbatasan Kajian	93
1. Keterbatasan SDM	93
2. Keterbatasan Modal	94
3. Keterbatasan Promosi.....	94
BAB V	95
PENUTUP.....	95
A. Kesimpulan	95
B. Implikasi	95
C. Saran	96
DAFTAR PUSTAKA.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	2
Tabel 1. 2	4
Tabel 3. 1	26
Tabel 3. 2	27
Tabel 3. 3	30
Tabel 3. 4	31
Tabel 3. 5	31
Tabel 3. 6	34
Tabel 3. 7	36
Tabel 3. 8	39
Tabel 3. 9	40
Tabel 3. 10.....	40
Tabel 3. 11.....	41
Tabel 3. 12.....	44
Tabel 3. 13.....	45
Tabel 3. 14.....	46
Tabel 3. 15.....	46
Tabel 3. 16.....	47
Tabel 3. 17.....	48
Tabel 3. 18.....	49
Tabel 3. 19.....	49
Tabel 3. 20.....	51
Tabel 4. 1	56
Tabel 4. 2	80
Tabel 4. 3	81
Tabel 4. 4	82
Tabel 4. 5	83
Tabel 4. 6	86
Tabel 4. 7	88
Tabel 4. 8	88
Tabel 4. 9	89
Tabel 4. 10.....	90
Tabel 4. 11.....	91
Tabel 4. 12.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	1
Gambar 1. 2	4
Gambar 1. 3	5
Gambar 3. 1	23
Gambar 3. 2	24
Gambar 3. 3	25
Gambar 3. 4	25
Gambar 3. 5	26
Gambar 3. 6	27
Gambar 3. 7	28
Gambar 3. 8	28
Gambar 3. 9	29
Gambar 3. 10	29
Gambar 3. 11	30
Gambar 3. 12	33
Gambar 3. 13	35
Gambar 4. 1	58
Gambar 4. 2	59
Gambar 4. 3	59
Gambar 4. 4	60
Gambar 4. 5	61
Gambar 4. 6	61
Gambar 4. 7	62
Gambar 4. 8	62
Gambar 4. 9	62
Gambar 4. 10	63
Gambar 4. 11	64
Gambar 4. 12	64
Gambar 4. 13	65
Gambar 4. 14	65
Gambar 4. 15	66
Gambar 4. 16	67
Gambar 4. 17	67
Gambar 4. 18	68
Gambar 4. 19	68
Gambar 4. 20	69
Gambar 4. 21	70
Gambar 4. 22	71
Gambar 4. 23	71

Gambar 4. 24	72
Gambar 4. 25	73
Gambar 4. 26	74
Gambar 4. 27	75
Gambar 4. 28	76
Gambar 4. 29	77
Gambar 4. 30	78
Gambar 4. 31	78
Gambar 4. 32	84
Gambar 4. 33	85
Gambar 4. 34	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	103
Lampiran 2	105
Lampiran 3	106
Lampiran 4	107
Lampiran 5	108
Lampiran 6	110
Lampiran 7	115