

LAPORAN TUGAS AKHIR

**STRATEGI PEMASARAN PT EUROAUTO TRANS
PRATAMA DALAM SEGMENT PASAR PREMIUM
SURABAYA**



**MARCELLINA LASMONO
NRP 4105020002**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PERKANTORAN D-III
FAKULTAS VOKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2023**

LAPORAN TUGAS AKHIR

**STRATEGI PEMASARAN PT EUROAUTO TRANS
PRATAMA DALAM SEGMENT PASAR PREMIUM
SURABAYA**



diajukan untuk memenuhi persyaratan kelulusan mata kuliah Tugas Akhir

MARCELLINA LASMONO
NRP 4105020002

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PERKANTORAN D-III
FAKULTAS VOKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2023

PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : Marcellina Lasmono

Nrp : 4105020002

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Laporan Tugas akhir dengan judul “Strategi Pemasaran PT Euroauto Trans Pratama dalam Segmen Pasar Premium Surabaya” adalah hasil karya pribadi saya, serta tidak mengandung plagiarism dan belum pernah diajukan oleh institusi manapun . Seluruh ide, pendapat, dan materi dari sumber lain telah dikutip sesuai dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam karya ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik.

Surabaya, 15 Mei 2023

Yang menyatakan,



Marcellina Lasmono

NRP 4105020002

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Marcellina Lasmono

NRP : 4105020002

Prodi : Administrasi Perkantoran

Sebagai mahasiswa program studi Administrasi Perkantoran D-III Fakultas Vokasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul “Strategi Pemasaran PT Euroauto Trans Pratama dalam Segmen Pasar Premium Surabaya”. Dengan hak bebas royalti ini, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya berhak untuk menyimpan, memperbanyak, menggunakan, mengelola, dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikan, dan mempublikasikan karya ilmiah ini, baik seluruhnya atau sebagian, di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, segala konsekuensi hukum yang timbul apabila terdapat pelanggaran hak cipta dalam karya tulis ini.

Surabaya, 15 Mei 2023

Yang menyatakan,



Marcellina Lasmono
NRP 4105020002

PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Laporan tugas akhir berjudul “Strategi Pemasaran PT Euroauto Trans Pratama dalam Segmen Pasar Premium Surabaya” yang disusun oleh

Nama : Marcellina Lasmono

NRP : 4105020002

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan kepada tim penguji.

Surabaya, 15 Mei 2023

Dosen Pembimbing



Indriana Lestari, S. Sos., M. A.

NIDN 0711107601

HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Laporan tugas akhir berjudul “Strategi Pemasaran PT Euroauto Trans Pratama dalam Segmen Pasar Surabaya” yang disusun oleh

Nama : Marcellina Lasmono

NRP : 4105020002

Program Studi : Administrasi Perkantoran

telah diujikan dan diperhatikan di hadapan dewan penguji pada Sidang Tugas Akhir yang berlangsung pada 19 Mei 2023.

Menurut pandangan kami, tugas akhir ini sudah memadai dari segi kualitas sebagai pemenuhan persyaratan kelulusan mata kuliah Tugas Akhir dan salah satu persyaratan penyelesaian studi dari Program Studi Administrasi Perkantoran D-III Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Surabaya, 19 Mei 2023

Dewan Penguji


Penguji I



Philipus Suryo S., S.Kom., M.Kom.

NIDN 0711057602

Penguji II



Indriana Lestari, S.Sos., M.A.

NIDN 0711107601

Ketua Penguji



Yohanes Adven Sarbani, S. Pd., M.AB.

NIDN 0719128201

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir yang ditulis oleh Marcellina Lasmono NRP 4105020002 dengan judul “Strategi Pemasaran PT Euroauto Trans Pratama dalam Segmen Pasar Premium Surabaya” telah diuji dan dinyatakan lulus oleh tim penguji pada tanggal 19 Mei 2023.

Dekan,


Indriana Lestari, S. Sos., M. A.
NIK. 411.99.0017

Ketua Program Studi

Andreas E. Hadisoebroto, S. Sos., M. M.
NIK. 411.04.0025

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan pertolonganNya kepada penulis sehingga tugas akhir dengan judul “STRATEGI PEMASARAN PT EUROAUTO TRANS PRATAMA DALAM SEGMENT PASAR PREMIUM SURABAYA” dapat terselesaikan dengan baik.

Tugas akhir ini diajukan sebagai persyaratan kelulusan mata kuliah Tugas Akhir untuk mencapai gelar Ahli Madya di Program Studi Administrasi Perkantoran D-III Fakultas Vokasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penulis sangat berterima kasih terhadap segala bantuan dan dukungan baik dari berbagai pihak selama ini, khususnya:

1. Yesus Kristus atas segala rahmat dan berkatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan tepat waktu.
2. Bapak Ervan Anugara selaku *Sales Manager*, Ibu Lily Febritania selaku *Service Advisor*, serta seluruh karyawan Porsche Centre Surabaya yang telah membantu dan memberikan banyak pengalaman kepada penulis selama melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan
3. Ibu Indriana Lestari sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu dan pikirannya dalam proses pembuatan Laporan Tugas Akhir ini.
4. Keluarga penulis yang telah memberikan dukungan secara moral, material, dan spiritual sehingga pengerjaan tugas akhir ini dapat berjalan dengan lancar.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan tugas akhir ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan masukan serta kritik dan saran yang membangun dari segala pihak untuk penulisan yang lebih baik lagi ke depannya. Akhir kata penulis menyampaikan permohonan maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan tugas akhir ini.

Surabaya, Mei 2023

Penulis

DAFTAR ISI

Sampul Dalam.....	i
Pernyataan Orisinalitas Karya.....	ii
Pernyataan Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah	iii
Persetujuan Laporan Tugas Akhir.....	iv
Halaman Pengesahan Dewan Penguji.....	v
Halaman Pengesahan	vi
Prakata.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran	xiii
Ringkasan.....	xiiiiv
<i>Abstract</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Tugas Akhir.....	2
1.4 Manfaat Tugas Akhir.....	2
1.5 Sistematika Penulisan	2
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Pasar	4
2.1.1 Pasar Premium.....	5
2.1.2 Segmentasi Pasar	6
2.2 Pemasaran	7
2.3 Strategi Pemasaran.....	8
2.3.1 Macam Strategi Pemasaran.....	9
BAB III GAMBARAN UMUM	13
3.1 Gambaran Umum Perusahaan	13
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	14

3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	15
3.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	16
BAB IV PEMBAHASAN	22
4.1 Strategi Pemasaran PT Euroauto Trans Pratama	22
4.1.1 <i>Customer Retention</i>	22
4.1.2 Pameran	24
4.1.3 <i>Executive Selling</i>	26
BAB V KESIMPULAN	29
5.1 Kesimpulan	29
5.2 Saran	29
DAFTAR PUSTAKA	30
LAMPIRAN	31

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Kelebihan dan Kekurangan Strategi Pemasaran PT Euroauto Trans Pratama.....	27

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Tipe Mobil Porsche	13
Gambar 3.2 Struktur Organisasi PT Euroauto Trans Pratama	16
Gambar 4.1 Acara Makan Siang Bersama Konsumen Porsche	23
Gambar 4.2 Pelaksanaan Pameran KKB BCA	25

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Daftar Hadir PKL	31
Lampiran 2. Laporan Kegiatan PKL	34
Lampiran 3. Kartu Bimbingan Tugas Akhir	44
Lampiran 4. Surat Keterangan PKL.....	45

RINGKASAN

Strategi Pemasaran PT Euroauto Trans Pratama dalam Segmen Pasar Premium Surabaya; Marcellina Lasmono; 4105020002; 2023; Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Laporan Tugas Akhir ini merupakan hasil pengamatan dari penulis selama melakukan Praktik Kerja Lapangan di PT Euroauto Trans Pratama. Penulis mengamati aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh Divisi *Sales* Porsche Center Surabaya dalam melakukan aktivitas penjualan mobil. PT Euroauto Trans Pratama merupakan *showroom* dan *service center* mobil merek Porsche yang ada di kota Surabaya. Perusahaan ini mengandalkan strategi pemasaran khusus dalam menarik minat konsumen. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT Euroauto Trans Pratama adalah *customer retention*, pameran, dan *executive selling*. *Customer retention* memungkinkan konsumen lama melakukan pembelian ulang dan membantu memberikan referensi untuk mendapat konsumen baru. Hal ini disebabkan oleh ruang lingkup target pasar premium di Surabaya tergolong kecil sehingga penting untuk mempertahankan konsumen lama. Kegiatan *customer retention* yang dilakukan berupa *customer gathering* dan layanan prima. Bentuk kegiatan pameran yang dilakukan adalah kolaborasi dengan merek lain dan pemajangan mobil di kafe premium. *Executive selling* melibatkan pimpinan perusahaan dalam proses penjualan mobil. Setiap strategi memiliki keuntungan dan kerugian dalam proses pelaksanaannya. Strategi yang memberikan paling banyak keuntungan adalah *customer retention*.

Kata kunci : Strategi, Pemasaran, Pasar Premium, PT Euroauto Trans Pratama

ABSTRACT

Marketing Strategy of PT Euroauto Trans Pratama in Surabaya Premium Market Segment; Marcellina Lasmono; 4105020002; 2023; Widya Mandala Surabaya Catholic University.

This Final Paper describes the marketing activities carried out by Porsche Center Surabaya. PT Euroauto Trans Pratama is a showroom and service center for Porsche Cars in Surabaya. This company relies on a unique marketing strategy to attract consumer interest. The marketing strategy undertaken by PT Euroauto Trans Pratama is customer retention, exhibitions, and executive selling. Customer retention allows old customers to make repeat purchases and helps provide referrals to get new customers. This is because the scope of the premium target market in Surabaya is relatively tiny, so it is essential to retain old customers. Customer retention activities are carried out through customer gatherings and excellent service. The exhibition activities are collaborations with other brands and the display of cars in premium cafes. Executive selling involves the leadership of the company in the car sales process. Each strategy has advantages and disadvantages in the implementation process. The system that provides the most profit is customer retention.

Key Word : Marketing Strategy, Premium Market, PT Euroauto Trans Pratama