© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAPORAN TUGAS AKHIR

ANALISIS PROMOSI PENJUALAN MOBIL KIJANG INNOVA ZENIX PADA PT ASTRA INTERNATIONAL TBK TOYOTA AUTO2000 CABANG WAHID HASYIM TAHUN 2021 - 2024

Disusun oleh :

Dessy Febriyanti/2204321003

PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN

PROGRAM PENDIDIKAN DIPLOMA TIGA

JURUSAN AKUNTANSI

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

TAHUN 2025

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAPORAN TUGAS AKHIR

ANALISIS PROMOSI PENJUALAN MOBIL KIJANG INNOVA ZENIX PADA PT ASTRA INTERNATIONAL TBK TOYOTA AUTO2000 CABANG WAHID HASYIM TAHUN 2021 - 2024

Disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya
dari Politeknik Negeri Jakarta

Disusun oleh :
Dessy Febriyanti/2204321003

PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN
PROGRAM PENDIDIKAN DIPLOMA TIGA
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
TAHUN 2025

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

EMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam Laporan Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan karya orang lain baik Sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam laporan Tugas Akhir ini telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah.

Nama : Dessy Febriyanti
NIM 2204321003
Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan

Depok, 28 Juni 2025

Dessy Ferbriyanti
NIM. 2204321003

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Dessy Febriyanti

NIM 2204321003

Program Studi : D – III Keuangan dan Perbankan

Judul : Analisis Promosi Penjualan Kijang Innova Zenix Pada PT Astra International Tbk – Toyota Auto2000 Cabang Wahid Hasyim Tahun 2021 – 2024

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Keuangan dan Perbankan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Rika Lisnawati, S.E.,M.Tr.E (Rika)

Anggota Penguji : Heri Abrianto, SE.,M.M. ( )

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok

Tanggal :

Ketua Jurusan Akuntansi

Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., M.Si.

NIP. 197009131999031002

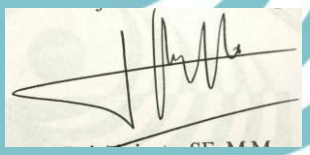
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Nama Penyusun	:	Dessy Febriyanti
Nomor Induk Mahasiswa	:	2204321003
Jurusan / Program Studi	:	Akuntansi / D3 Keuangan Dan Perbankan
Judul Laporan TA	:	Analisis Promosi Penjualan Mobil Kijang Innova Zenix Pada PT. Astra International Toyota Auto2000 cabang Wahid Hasyim Tahun 2021 – 2024

Disetujui Oleh Pembimbing



Heri Abrianto, SE.,M.M.

NIP.196510051997021001

Diketahui Oleh,

Ketua Program Studi

D3 Keuangan dan Perbankan

Heti Suryani Fitri, S.S.T., M.M.

NIP. 199004252024062002

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATAPENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul "Analisis Promosi Penjualan Mobil Kijang Innova Zenix Pada PT. Astra International Auto2000 Cabang Wahid Hasyim Tahun 2021 - 2024" dengan baik, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya dari Program Studi D3 Keuangan dan Perbankan, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta.

Laporan ini disusun untuk memberikan gambaran mengenai proses *Billing*, pembuatan kwintansi dan proses pembuatan bukti pembayaran hutang (BPH). Selain itu, laporan ini juga membahas strategi promosi yang diterapkan serta dampaknya terhadap peningkatan minat beli konsumen dan volume penjualan unit mobil Kijang Innova Zenix, khususnya pada periode tahun 2021 hingga 2024 di PT Astra International Tbk – Toyota Auto2000 Cabang Wahid Hasyim.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan dukungan selama proses penyusunan laporan ini, khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., M.Si. selaku Ketua Jurusan Akuntansi.
3. Ibu Heti Suryani Fitri, S.S.T., M.M. selaku Ketua Program Studi D3 Keuangan dan Perbankan.
4. Bapak Heri Abrianto, S.E.,M.M. selaku dosen pembimbing tugas akhir.
5. Bapak/Ibu Dosen dan Staff di Jurusan Akuntansi yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat selama penulis berkuliah di Politeknik Negeri Jakarta.
6. Kedua orang tua, keluarga, serta sahabat penulis atas doa, semangat, dan dukungan moril maupun materil yang tiada henti.
7. Para karyawan PT. Astra International Toyota Auto2000 cabang Wahid Hasyim, khususnya Divisi Administrasi *Billing*, yang telah menerima penulis dengan hanga, meluangkan waktu, serta berbagi pengetahuan dan pengalaman yang sangat berharga dalam memperluas wawasan penulis.
8. Teman-teman kelas BK-B Angkatan 2022 atas kebersamaan, semangat, dan dukungannya selama masa perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

9. Seluruh rekan satu bimbingan yang telah berpartisipasi secara konsisten dan memberikan dukungan selama proses penyusunan Tugas Akhir, serta kepada seluruh teman-teman seperjuangan dari Program Studi D3 Keuangan dan Perbankan Angkatan 2022 atas semangat dan kebersamaan yang telah terjalin sepanjang perjalanan studi.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Laporan Tugas Akhir ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak akan sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang.

Depok, 17 Juni 2025

Mahasiswa,

Dessy Ferbiyanti

NIM. 2204321003

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Dessy Febriyanti
NIM 2204321003
Program StudI : D3 Keuangan dan Perbankan
Jurusan : Akuntansi
Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif *(Non-Exclusive Royalty-Free Right)* atas karya ilmiah saya yang berjudul:

"Analisis Promosi Penjualan Mobil Kijang Innova Zenix Pada PT. Astra International Auto2000 cabang Wahid Hasyim Tahun 2021 - 2024"

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini, Politeknik Negeri Jakarta berhak untuk menyimpan, mengalihmedia atau memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemegang Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Depok
Pada Tanggal : 3 Juli 2025

Yang Menyatakan

Dessy Febriyanti

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

"ANALISIS PROMOSI PENJUALAN MOBIL KIJANG INNOVA ZENIX PADA PT INTERNATIONAL TOYOTA AUTO2000 CABANG WAHID HASYIM TAHUN 2021-2024"

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi penjualan mobil Kijang Innova Zenix yang diterapkan oleh PT Astra International Tbk – Toyota Auto2000 Cabang Wahid Hasyim pada periode 2021 hingga 2024. Innova Zenix merupakan produk terbaru dari Toyota yang mengusung teknologi *hybrid* dan menyasar segmen pasar keluarga modern. Dalam upaya meningkatkan penjualan, Auto2000 Cabang Wahid Hasyim menerapkan berbagai strategi promosi, baik melalui media digital maupun konvensional, seperti *test drive, cashback*, program cicilan ringan, dan tukar tambah kendaraan lama. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang dijalankan telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan jumlah Surat Pemesanan Kendaraan (SPK) setiap tahunnya. Puncak efektivitas promosi terjadi pada tahun 2023, di mana terjadi lonjakan penjualan seiring dengan intensitas promosi digital dan kerja sama pembiayaan. Namun demikian, terdapat beberapa kendala dalam pelaksanaan promosi, seperti keterbatasan stok kendaraan pada awal peluncuran dan keterbatasan varian warna yang diminati konsumen. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa strategi promosi yang diterapkan oleh Auto2000 Cabang Wahid Hasyim secara umum efektif dalam meningkatkan penjualan Innova Zenix, terutama ketika dikombinasikan dengan pendekatan digital dan personal selling yang adaptif terhadap tren pasar.

Kata Kunci: Promosi Penjualan, Strategi Pemasaran, Innova Zenix, Auto2000, Hyb

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

"ANALYSIS OF KIJANG INNOVA ZENIX CAR SALES PROMOTION AT PT INTERNATIONAL TOYOTA AUTO2000 WAHID HASYIM BRANCH 2021-2024"

ABSTRACT

This final report aims to analyze the sales promotion strategy of the Toyota Kijang Innova Zenix implemented by PT Astra International Tbk – Auto2000 Wahid Hasyim Branch during the period of 2021 to 2024. The Innova Zenix is one of Toyota's newest innovations featuring hybrid technology, targeting the modern family segment. In order to boost sales, Auto2000 Wahid Hasyim applied various promotion strategies through both digital and conventional media, such as test drive programs, cashback offers, low down payment schemes, and trade-in promotions. This research uses a descriptive qualitative method, with data collected through interviews, observation, documentation, and literature review. The results show that the applied promotional strategies have had a positive impact on increasing the number of Sales Purchase Orders (SPK) annually. The peak of promotion effectiveness occurred in 2023, marked by a significant sales increase driven by digital campaigns and financing collaborations. However, there were some challenges during the promotion process, such as limited vehicle stock during the initial launch phase and the unavailability of popular color variants desired by customers. The conclusion of this study is that the promotion strategy implemented by Auto2000 Wahid Hasyim has generally been effective in increasing the sales of the Innova Zenix, especially when supported by adaptive digital marketing and personal selling approaches aligned with market trends.

Keywords: Sales Promotion, Marketing Strategy, Innova Zenix, Auto2000, Hybrid

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
HALAMAN JUDUL ..... **ii**
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **iii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iv**
LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR ..... **v**
KATAPENGANTAR ..... **vi**
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS ..... **viii**
ABSTRAK ..... **ix**
ABSTRACT ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Tujuan Penulisan 1
1.3 Manfaat 2
1.4 Metode Penulisan 2
1.5 Sistematika Penulisan 4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **5**
2.1 Landasan Teori 5
2.1.1 Pengertian Pemasaran 5
2.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 5
2.1.3 Pengertian Promosi 6
2.1.4 Tujuan Promosi 6
2.1.5 Bentuk – Bentuk Promosi 7
2.1.6 Promosi Penjualan Sales *(Sales Promotion)* 7
2.1.7 Strategi Promosi Penjualan 7
2.2 Penjualan Industri Otomotif 8
2.2.1 Konsumen Mobil di Indonesia 8
2.2.2 Ciri Khas Penjualan Di Industri Otomotif 8
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN **11**

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.1 Profil Perusahaan 11
3.2 Struktur Organisasi Perusahaan 11
3.3 Bidang Usaha Perusahaan 14
BAB IV PEMBAHASAN 15
4.2 Strategi Promosi Penjualan yang Dilakukan Tahun 2021-2024 15
4.2.1 Tahun 2021 – Pra Peluncuran Mobil Kijang Innova Zenix 16
4.2.2 Tahun 2022 – Peluncuran Resmi dan Awal Promosi 17
4.2.3 Tahun 2023 – Peningkatan Kesadaran Merek dan Cakupan Pasar 18
4.3 Teknik Promosi Kepada Konsumen Potensial 19
4.4 Efektivitas Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan 20
4.5 Hambatan Dalam Pelaksanaan Promosi Penjualan 21
4.5.1 Keterbatasan Stok Kendaraan 21
4.5.2 Rendahnya Pemahaman Teknologi *Hybrid* 22
4.5.3 Tingginya Persaingan di Pasar 22
4.5.4 Terbatasnya Anggaran Promosi Lokal 22
4.5.5 Perubahan dalam Perilaku Konsumen 23
4.6 Analisis Data Penjualan Kijang Innova Zenix Tahun 2021 – 2024 23
BAB V PENUTUP 26
5.1 Kesimpulan 26
5.2 Saran 26
DAFTAR PUSTAKA 28

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Auto2000 Cabang Wahid Hasyim.....12
Gambar 4.1 Diagram Alur Strategi Promosi Penjualan.....15
Gambar 4.2 Penjualan Kijang Innova Zenix Tahun 2021-2024.....23
Gambar 4. 3 Grafik Penjualan Kijang Innova Zenix Tahun 2021-2024 23

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Penjualan Kijang Innova Zenix 2021 -2024 30
Lampiran 2 Brosur Promosi Kijang Innova Zenix 33
Lampiran 3 Hasil Wawancara dengan Pihak Auto2000 cabang **Wahid Hasyim.....**34
Lampiran 4 Lembar Bimbingan Penulisan Tugas Akhir 36
Lampiran 5 Surat Pernyataan Dosen Pembimbing.....37
Lampiran 6 Surat Persetujuan Sidang Tugas Akhir 38
Lampiran 7 Lembar Revisi Tugas Akhir – Dosen Penguji 39
Lampiran 8 Lembar Revisi Tugas Akhir – Dosen Pembimbing 40

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri otomotif di Indonesia terus mengalami perkembangan pesat, seiring dengan meningkatnya permintaan akan kendaraan yang efisien, nyaman, dan ramah lingkungan. Berdasarkan data dari Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO), penjualan mobil di Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh meningkatnya daya beli masyarakat pada tahun 2024 dan inovasi dalam teknologi kendaraan. Strategi promosi yang efektif menjadi faktor kunci dalam meningkatkan penjualan.

PT Astra International Tbk - Toyota Auto2000 Cabang Wahid Hasyim merupakan salah satu dealer resmi Toyota yang memasarkan berbagai jenis kendaraan. Salah satu produk unggulan di segmen mobil keluarga adalah Kijang Innova Zenix, yang diproduksi oleh Toyota dan didistribusikan melalui jaringan Auto2000, termasuk cabang Wahid Hasyim.

Beragam fitur canggih, teknologi *hybrid* yang ramah lingkungan, serta desain modern, Kijang Innova Zenix diharapkan mampu mempertahankan posisinya sebagai salah satu pilihan utama konsumen di Indonesia, khususnya di pasar mobil keluarga. Hal ini didukung oleh tren konsumen yang semakin memperhatikan efisiensi bahan bakar dan keberlanjutan lingkungan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu *Marketing Executive* di Auto2000 Wahid Hasyim (Wawancara, 10 Juni 2024), disebutkan bahwa: “Kijang Innova Zenix menjadi salah satu produk yang paling diminati karena kombinasi antara performa, kenyamanan, dan teknologi *hybrid*-nya yang sangat menarik perhatian konsumen kelas menengah ke atas.”

Selain itu, pihak Auto2000 juga menyatakan bahwa strategi promosi penjualan yang dilakukan untuk produk ini mencakup berbagai aktivitas digital *marketing*, promosi *bundling*, dan program *trade-in*, yang terbukti efektif dalam menarik minat konsumen baru maupun loyal customer (Wawancara, 10 Juni 2024).

Menurut sumber dari situs resmi Auto2000 (www.auto2000.co.id), Kijang Innova Zenix hadir dengan dua varian utama, yaitu varian mesin bensin konvensional dan varian *hybrid electric vehicle* (HEV) yang lebih ramah lingkungan dan irit bahan

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta
Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

bakar. Dengan begitu, produk ini tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional keluarga Indonesia, tetapi juga mengikuti arah kebijakan otomotif nasional yang mendukung kendaraan rendah emisi.

Strategi promosi telah di terapkan PT Astra International Tbk - Toyota Auto2000 cabang Wahid Hasyim, hambatan seperti meningkatnya kompetisi dari merk lain, perubahan regulasi otomotif, serta perubahan ekonomi yang mempengaruhi daya beli masyarakat tetap menjadi faktor yang harus dihadapi oleh pihak Auto2000. Oleh karena itu, analisis terhadap efektivitas strategi promosi yang diterapkan sangat diperlukan untuk memahami sejauh mana kontribusinya dalam meningkatkan penjualan Kijang Innova Zenix.

Sebagai salah satu dealer resmi Toyota memiliki peran penting dalam menarik minat calon pembeli melalui berbagai bentuk promosi, seperti diskon, program cicilan, pameran, serta strategi pemasaran digital yang semakin berkembang. Berdasarkan data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO), penjualan Kijang Innova Zenix menunjukan tren positif. Pada tahun 2024, Kijang Innova Zenix mencatatkan penjualan *wholesales* sebanyak 37.296 unit, dengan

26.470 unit diantaranya merupakan varian *hybrid*. Penjualan ini karena adanya ketertarikan pembeli terhadap mobil Kijang Innova Zenix.

Penulis tertarik untuk membahas kasus ini karena memiliki strategi promosi yang diterapkan oleh PT Astra International Tbk - Toyota Auto2000 cabang Wahid Hasyim dalam penjualan Kijang Innova Zenix, dengan mengambil judul pada Laporan Tugas Akhir ini : “ Analisis Promosi Penjualan Kijang Innova Zenix Pada PT Astra International Auto200 Cabang Wahid Hasyim’’.

1.2 Tujuan Penulisan

Penulisan laporan tugas akhir ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis strategi promosi yang diterapkan oleh PT Astra International Tbk Toyota Auto2000 cabang Wahid Hasyim dalam penjualan Kijang Innova Zenix.
2. Mengetahui hambatan yang di hadapi PT Astra International Toyota Auto2000 Cabang Wahid Hasyim.

1.3 Manfaat

Penulisan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak. Adapun manfaat tersebut adalah sebagai berikut :

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1 Bagi penulis, dengan adanya penulisan laporan tugas akhir ini dapat menambah wawasan mengenai pengembang *skill* riset dan analisis data, dapat menjadi nilai tambah saat melamar pekerjaan , terutama di bidang otomotif, *sales, marketing* dan riset pasar.

2 Bagi Politeknik Negeri Jakarta, penulisan tugas akhir ini diharapkan dapat dijadikan referensi akademik untuk studi kasus promosi penjualan otomotif Indonesia.

3 Bagi pembaca, memberikan informasi dan menambah wawasan mengenai promosi penjualan mobil kijang innova zenix pada PT Astra International Tbk cabang Wahid Hasyim Tahun 2021 – 2024.

1.4 Metode Penulisan

Dalam penulisan tugas akhir dapat beberapa metode penulisan untuk mempermudah menyusun data. Adapun metode penulisan sebagai berikut :

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan strategi promosi penjualan mobil Kijang Innova Zenix di PT Astra International Tbk – Toyota Auto2000 Cabang Wahid Hasyim

Penelitian ini tidak menggunakan uji statistik, melainkan mengandalkan data kualitatif dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta didukung oleh data numerik sederhana sebagai penguat analisis.

1. Metode Pengumpulan Data
   a. Data Primer : Wawancara dengan manajer pemasaran dan staf pemasaran Auto2000 Wahid Hasyim mengenai strategi promosi yang diterapkan.
   b. Data Sekunder : Laporan penjualan Auto2000 cabang Wahid Hasyim untuk melihat tren penjualan mobil Kijang Innova Zenix dari 2021 – 2024.
2. Teknik Analisis Data
   a. Wawancara : Penulis melakukan tanya jawab secara lisan dengan manajer pemasaran dan staf pemasaran Auto2000 guna mendapatkan informasi dan pemahaman mengenai promosi penjualan mobil Kijang Innova Zenix tahun 2021 – 2024.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

b. Observasi : Penulis melakukan pengamatan dan pemahaman secara langsung terhadap kegiatan promosi penjualan yang dilakukan *sales* Auto2000 Cabang Wahid Hasyim.

c. Data Penjualan : Dianalisis menggunakan metode *time series* analisis untuk melihat tren penjualan Kijang Innova Zenix dari tahun 2021 – 2024. Peneliti memanfaaatkan dokumen penjualan dari file Excel, Khususnya dengan cara memfilter nomor rangka untuk mengindentifikasi unit Kijang Innova Zenix yang terjual pertahun.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan Laporan Tugas Akhir Ini disusun secara sistematis dan terdiri dari 5 bab yang masing – masing bab terdiri dari beberapa sub bab. Berikut penjelasan dari beberapa dari sistematis penulisan tersebut.

Bab 1, Pendahuluan**.** Bab ini memuat informasi mengenai latar belakang penulisan, tujuan penulisan , manfaat penulisan, metode penulisan dan sistematis penulisan laporan tugas akhir. Latar belakang penulisan menjelaskan alasan dipilihnya tugas akhir oleh penulis. Tujuan penulisan menjelaskan hal- hal yang akan dibahas penulis dalaam akhir, Manfaat penulisan menjelaskan tentang manfaat yang dapat di ambil dari penulisan laporan tugas akhir ini untuk berbagai pihak yaitu, pembaca, Politeknik Negeri Jakarta dan pembaca. Sedangkan, sistematis penulisan menjelaskan secara singkat mengenai hal– hal yang akan di bahas pada setiap bab.

Bab 2, Tinjauan Pustaka. Bab ini menjelaskan teori tentang strategi promosi, perilaku konsumen, serta studi terdahulu terkait pemasaran otomotif.

Bab 3, Gambaran Umum Perusahaan. Bab ini akan berisikan sejarah – sejarah PT Astra International Tbk - Toyota Auto2000 Wahid Hasyim.

Bab 4, Hasil Dan Pembahasan. Bab ini akan membahas hasil – hasil penelitian yang berisi wawancara, analisis data, temuan strategi promosi Auto2000, dalam meningkatkan penjualan.

Bab 5, Penutup. Bab ini menyajikan Kesimpulan diambil dari pembahasan bab sebelumnya, dan saran bagi PT. Astra International Auto2000 cabang Wahid Hasyim.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan tentang promosi penjualan mobil Kijang Innova Zenix di PT Astra International Tbk -Toyota Auto2000 Cabang Wahid Hasyim, dapat disimpulkan beberapa poin berikut:

1. Strategi promosi yang diterapkan oleh Auto2000 Cabang Wahid Hasyim mencakup berbagai pendekatan seperti pameran, diskon, *cashback*, undian, dan program tukar tambah. Promosi ini dilakukan baik secara langsung di *showroom* maupun secara online melalui media sosial dan aplikasi Auto2000 Digiroom.
2. Kegiatan promosi terbukti efektif dalam meningkatkan minat beli masyarakat, terutama pada tahun 2022 hingga 2024, ketika permintaan untuk mobil *hybrid* dan MPV meningkat. Pendekatan promosi yang konsisten dan responsif terhadap perkembangan pasar menjadikan Innova Zenix salah satu unggulan di cabang ini.
3. Hambatan yang muncul dalam pelaksanaan promosi meliputi terbatasnya anggaran promosi, persaingan harga dengan pesaing, dan perubahan daya beli masyarakat. Namun, pihak Auto2000 berupaya terus melakukan penilaian terhadap strategi dan memperkuat promosi digital sebagai langkah untuk mengatasi isu tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan dari penelitian, penulis memberikan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Mengoptimalkan penggunaan media digital dalam aktivitas promosi penjualan, terutama melalui platform media sosial dan video pendek untuk menjangkau kalangan muda serta pengguna aktif internet.
2. Menyelenggarakan promosi yang lebih bervariasi dan kreatif, seperti menawarkan layanan gratis dalam paket atau cicilan yang ringan khusus di akhir pekan, agar konsumen lebih tertarik dan merasakan manfaat tambahan ketika membeli mobil.
3. Memperkuat kolaborasi dengan mitra keuangan dan asuransi untuk menciptakan penawaran pembelian yang lebih menarik dan kompetitif dalam situasi ekonomi yang terus berubah.

4. Melakukan penilaian secara berkala terhadap program promosi, baik dari segi biaya, cakupan, maupun efektivitasnya, agar strategi promosi selalu dapat beradaptasi dengan perubahan pasar dan perilaku konsumen.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

Auto2000 Digiroom. (2024). Digital Marketing Campaign for Toyota *Hybrid*. [Online] Tersedia di: https://auto2000.co.id

Auto2000. (2022–2024). Data Penjualan dan Strategi Promosi Auto2000 Cabang Wahid Hasyim. Dokumen Internal Perusahaan.

Arianto. (2020). Analisis strategi promosi terhadap keputusan pembelian konsumen. Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis, 15 (2)

GAIKINDO. (2024). Laporan Penjualan Mobil Nasional Tahun 2021–2024. [Online] Tersedia di: https://www.gaikindo.or.id

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). Marketing Management. Edisi 15. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. (2012). Principles of Marketing. Edisi Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi, Rambat. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.

Stanton, William J. (1991). Fundamentals of Marketing. New York: McGraw-Hill Book Company.

Sterling, John. (2020). SAP ERP System: Fundamentals and Best Practices. London: TechPress.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Swastha, Basu dan Handoko, T. Hani. (2012). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: BPFE.

Swastha, Basu dan Irawan. (2005). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, Fandy. (2008). Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Andi. Tjiptono, Fandy. (2015). Strategi Pemasaran. Edisi 4. Yogyakarta: Andi.

Wulandari, A., & Sari, N. (2019). Strategi pemasaran produk dalam meningkatkan penjualan. Jurnal Manajemen Pemasaran, Universitas Negeri Malang.

LAMPIRAN

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1 Data Penjualan Kijang Innova Zenix 2021 -2024

Tahun 2021 = Belum Tersedia

Tahun 2022 = 6 Unit

DO WAHID HASYIM TAHUN 2022

NO	CHASIS	COLOR	COLOR DESC
1	MHFABBAA0N0400315	T 089	Platinum White Pearl Mica
2	MHFABBAA4N0400513	T 089	Platinum White Pearl Mica
3	MHFABBAA9N0400555	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
4	MHFABBAA9N0400829	T 089	Platinum White Pearl Mica
5	MHFABBAA3N0400602	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
6	MHFABBAA6N0400982	T 1G3	DARK GREY MICA

Tahun 2023 = 33 Unit

NO	CHASIS	COLOR	COLOR DESC
1	MHFABBAA7N0401123	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
2	MHFABBAA2P0401646	T 1G3	DARK GREY MICA
3	MHFABBAA1P0401959	T 089	Platinum White Pearl Mica
4	MHFABBAA9P0402194	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
5	MHFABBAA0P0402276	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
6	MHFABBAA0P0403010	T 089	Platinum White Pearl Mica
7	MHFABBAA2P0403056	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
8	MHFABBAA8P0403692	T 089	Platinum White Pearl Mica
9	MHFABBAA2P0404319	T 089	Platinum White Pearl Mica
10	MHFABBAA2P0404790	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
11	MHFABBAA7P0404753	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
12	MHFABBAA9P0405239	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
13	MHFABBAA2P0404904	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
14	MHFABBAA1P0405901	T 089	Platinum White Pearl Mica
	MHFABBAA6P0406297	T 218	ATTITUDE BLACK MICA

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

16	MHFABBAA3P040617 5	T 089	Platinum White Pearl Mica
17	MHFABBAA5P040696 8	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
18	MHFABBAA7P040766 7	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
19	MHFABBAA7P040695 5	T 1D6	SILVER METALLIC,
20	MHFABBAA1P040696 6	T 1G3	DARK GREY MICA
21	MHFABBAAXP04086 35	T 089	Platinum White Pearl Mica
22	MHFABBAA2P040823 9	T 1D6	SILVER METALLIC,
23	MHFABBAA8P040799 8	T 1D6	SILVER METALLIC,
24	MHFABBAA3P040874 9	T 1G3	DARK GREY MICA
25	MHFABBAA8P040964 0	T 089	Platinum White Pearl Mica
26	MHFABBAA4P040976 4	T 089	Platinum White Pearl Mica
27	MHFABBAA8P041007 5	T 089	Platinum White Pearl Mica
28	MHFABBAA3P041072 7	T 1D6	SILVER METALLIC,
29	MHFABBAA4P040913 4	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
30	MHFABBAA8P041046 4	T 089	Platinum White Pearl Mica
31	MHFABBAA7P041134 6	T 1G3	DARK GREY MICA
32	MHFABBAA6P041225 9	T 089	Platinum White Pearl Mica
33	MHFABBAA6P041269 6	T 218	ATTITUDE BLACK MICA

Tahun 2024 = 55 Unit

DO WAHID HASYIM TAHUN 2024

NO	CHASIS	COLOR	COLOR DESC
1	MHFABBAA3P0415927	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
2	MHFABBAA9P0416922	T 1G3	DARK GREY MICA
3	MHFABBAA3P0416107	T 089	Platinum White Pearl Mica
4	MHFABBAA1P0416719	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
5	MHFABBAA0P0416369	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
6	MHFABBAA7R0418462	T 089	Platinum White Pearl Mica
7	MHFABBAA1P0415540	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
8	MHFABBAA3P0416057	T 089	Platinum White Pearl Mica
9	MHFABBAA0P0417408	T 089	Platinum White Pearl Mica
10	MHFABBAA6R0418923	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
11	MHFABBAA2R0418823	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
12	MHFABBAA8P0417558	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
13	MHFABBAA0P0415643	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
14	MHFABBAA9R0420097	T 089	Platinum White Pearl Mica
15	MHFABBAAXP0415505	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
16	MHFABBAA1R0419641	T 089	Platinum White Pearl Mica
17	MHFABBAA9P0413860	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
18	MHFABBAA2R0419759	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
19	MHFABBAA8P0412599	T 1D6	SILVER METALLIC,
20	MHFABBAA6R0422275	T 1G3	DARK GREY MICA

21	MHFABBAA4R0424980	T 089	Platinum White Pearl Mica
22	MHFABBAA2R0425156	T 1D6	SILVER METALLIC,
23	MHFABBAA4R0426082	T 1D6	SILVER METALLIC,
24	MHFABBAAXR0427754	T 1G3	DARK GREY MICA
25	MHFABBAA9R0428233	T 089	Platinum White Pearl Mica
26	MHFABBAA6R0428349	T 089	Platinum White Pearl Mica
27	MHFABBAA1R0427495	T 089	Platinum White Pearl Mica
28	MHFABBAAXR0428564	T 1D6	SILVER METALLIC,
29	MHFABBAA6R0428724	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
30	MHFABBAA9R0429060	T 089	Platinum White Pearl Mica
31	MHFABBAA7R0430241	T 1G3	DARK GREY MICA
32	MHFABBAA9R0429012	T 089	Platinum White Pearl Mica
33	MHFABBAA6P0412696	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
34	MHFABBAA8P0410464	T 089	Platinum White Pearl Mica
35	MHFABBAA7P0411346	T 089	Platinum White Pearl Mica
36	MHFABBAA6P0412259	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
37	MHFABBAA6P0412696	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
38	MHFABBAA9N0400555	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
39	MHFABBAA9N0400829	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
40	MHFABBAA2P0403056	T 089	Platinum White Pearl Mica
41	MHFABBAA8P0403692	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
42	MHFABBAA2P0404319	T 089	Platinum White Pearl Mica
43	MHFABBAA2P0404790	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
44	MHFABBAA7N0401123	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
45	MHFABBAA2P0401646	T 1D6	SILVER METALLIC,
46	MHFABBAA1P0401959	T 1G3	DARK GREY MICA
47	MHFABBAA9P0402194	T 089	Platinum White Pearl Mica
48	MHFABBAA0P0402276	T 1D6	SILVER METALLIC,
49	MHFABBAA0P0403010	T 1D6	SILVER METALLIC,
50	MHFABBAA0N0400315	T 1G3	DARK GREY MICA
51	MHFABBAA4N0400513	T 089	Platinum White Pearl Mica
52	MHFABBAA9N0400555	T 089	Platinum White Pearl Mica
53	MHFABBAA9N0400829	T 089	Platinum White Pearl Mica
54	MHFABBAA3N0400602	T 1D6	SILVER METALLIC,
55	MHFABBAA6N0400982	T 218	ATTITUDE BLACK MICA
	TOTAL		**53 UNIT**

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2 Brosur Promosi Kijang Innova Zenix

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 3 Hasil Wawancara dengan Pihak Auto2000 cabang **Wahid Hasyim**

Hari/Tanggal : 8 Mei 2025
Waktu : 13.00
Tempat : Ruang *Sales*, Auto2000 cabang Wahid Hasyim
Narasumber : Bapak Sabana – *Sales Marketing*

Pertanyaan dan Jawaban Wawancara

1. Apa strategi promosi yang dilakukan oleh Auto2000 cabang Wahid Hasyim untuk meningkatkan penjualan kijang Innova Zenix ?

Jawab : Kami menerapkan berbagai strategi promosi, seperti program diskon musiman, paket kredit ringan, pameran di luar showroom (eksternal event), serta pemanfaatan media digital seperti Instagram, WhatsApp, dan TikTok untuk menjangkau konsumen potensial.

2. Apakah ada perbedaan strategi promosi sebelum dan sesudah peluncuran kijang innova zenix ?

Jawab : Jelas ada. Sebelum peluncuran, kami lebih fokus pada edukasi produk dan membangun rasa penasaran melalui teaser. Setelah peluncuran, kami aktif mengadakan *test drive*, promo cicilan ringan, serta memaksimalkan konten promosi di media sosial.

3. Apa hambatan terbesar dalam memasarkan kijang innova zenix, khususnya varian *hybrid* ?

Jawab : Hambatan utamanya adalah edukasi. Tidak semua konsumen paham soal teknologi *hybrid*. Banyak yang masih ragu soal perawatannya, performa, dan harga. Jadi, tenaga penjual kami juga harus berperan sebagai edukator, bukan hanya *sales*.

4. Bagaimana respon pasar terhadap kijang innova zenix di awal peluncuran nya ?

Jawab : Responnya cukup positif, terutama dari konsumen yang sadar akan efisiensi bahan bakar dan peduli lingkungan. Namun, permintaan lebih tinggi untuk tipe non-*hybrid* pada awalnya karena harga *hybrid* lebih mahal. Sekarang, trennya mulai bergeser.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

5. Apa bentuk promosi digital yang paling efektif menurut Auto2000 saat ini ?
Jawab : Media sosial dan WhatsApp *marketing* sangat efektif. Kami bisa langsung follow-up calon konsumen, kirim penawaran, dan menjawab pertanyaan dengan cepat. Selain itu, *live event* di Instagram juga sering kami lakukan saat ada launching produk baru.

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

© Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 4 Lembar Bimbingan Penulisan Tugas Akhir

KEMENTERIANPENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET,DANTEKNOLOGI
POLITEKNIKNEGERIJAKARTA
JURUSAN AKUNTANSI
Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, Depok, 16425
Telepon (021)7863534,7864827, 786426, 7270042,7270035
Fax (021)7270034,(021)7270036 Hunting
Laman: http://www.pnj.ac.ide-pos:humas@pnj.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN PENULISAN LAPORAN TUGAS AKHIR

NIM : 2204321003
Nama : Dessy Febriyanti
Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan
Nama Dosen Pembimbing : Heri Abrianto, S.E.,M.M

Tanggal	Materi Bimbingan	TandaTangan
21-02-25	Judul	
3 Maret 25	Revisi Judul	
19 Mei	Revisi Bab 1-3	
2 Juni	Acc Bab 1 & 2	
16 Juni	Revisi Bab 3 & 4	
26 Juni	Acc Bab 4	
26 Juni	Acc Bab 3	
26 Juni	Acc Bab 5	

Menyetujui, KPS D3 Keuangan dan Perbankan
Depok, 14 Februari 2025

Heti Suryani Fitri, S.S.T., M.M.
NIP. 199004252024062002

© Hak C

Lampiran 5 Surat Pernyataan Dosen Pembimbing

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

FORM-2.1 Surat Pernyataan Dosen Pembimbing.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Heri Abrianto, SE.,M.M.

NIP : 196510051997022100

Adalah dosen tetap atau dosen yang ditunjuk oleh Jurusan Akuntansi PNJ menyatakan bersedia sebagai pembimbing penulisan laporan tugas akhir/ skripsi untuk:

Nama : Dessy Febriyanti

NIM : 2204321003

Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan

dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Meluangkan waktu minimal sekali dalam seminggu untuk membimbing mulai dari diterimanya surat penunjukan, hingga minimal 8 kali bimbingan.
2. Membuat kesepakatan waktu bimbingan dengan mahasiswa.
3. Menyesuaikan jadwal bimbingan tugas akhir sesuai dengan kalender akademik.
4. Apabila saya tidak melaksanakan tugas tersebut maka saya bersedia digantikan oleh dosen lain.

Demikian surat pernyataan ini saya sampaikan, atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Depok, 01 Juli 2025

Pembuat pernyataan

(Heri Abrianto, SE.,M.M.)

Catatan: Apabila tidak bersedia membimbing karena berbagai alasan maka saya akan mengembalikan form ini ke KPS masing masing dengan membuat memo tertulis

© Hak
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 6 Surat Persetujuan Sidang Tugas Akhir

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Nama Penyusun	:	Dessy Febriyanti
Nomor Induk Mahasiswa	:	2204321003
Jurusan / Program Studi	:	Akuntansi / D3 Keuangan Dan Perbankan
Judul Laporan TA	:	Analisis Promosi Penjualan Mobil Kijang Innova Zenix Pada PT. Astra International Toyota Auto2000 cabang Wahid Hasyim Tahun 2021 – 2024

Disetujui Oleh Pembimbing

Heri Abrianto, SE.,M.M.

NIP.196510051997021001

Diketahui Oleh,

Ketua Program Studi

D3 Keuangan dan Perbankan

Heti Suryani Fitri, S.S.T., M.M.

NIP. 199004252024062002

© Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 7 Lembar Revisi Tugas Akhir – Dosen Penguji

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN AKUNTANSI
Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, Depok, 16425
Telepon (021) 7863534, 7864827, 786426, 7270042, 7270035
Fax (021) 7270034, (021) 7270036 Hunting
Laman: http://www.pnj.ac.id e-pos: humas@pnj.ac.id

LEMBAR REVISI SIDANG TUGAS AKHIR – PENGUJI

Nama Mahasiswa	:	Dessy Febriyanti
NIM	:	2204321003
Program Studi	:	D3 Keuangan dan Perbankan
Judul Tugas Akhir	:	Analisis Promosi Penjualan Mobil Kijang Innova Zenix Pada PT Astra International Auto2000 cabang Wahid Hasyim Tahun 2021-2024
Dosen Penguji	:	Rika Lisnawati, S.E.,M.Tr.E

No.	Revisi	Hasil Revisi	Keterangan *)
1.	Perbaiki tata penulisan abstrak.		
2.	Tambahkan data penjualan kijang Inova zenix		
3.	Tambahkan sumber wawancara		
4.	tujuan penelitian perbaiki dan selaraskan		
5.	Teori lifecycle product di bab 2.		
6.	Kotler tahun berapa dan halaman berapa?		
7.	Tambahkan penelitian dari jurnal v/ bab 2		

Depok, 01 Juli 2025
Dosen Penguji

Rika

Rika Lisnawati, S.E.,M.Tr.E
NIP. 199704032024062001

© Hak
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 8 Lembar Revisi Tugas Akhir – Dosen Pembimbing

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN AKUNTANSI
Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, Depok, 16425
Telepon (021) 7863534, 7864827, 786426, 7270042, 7270035
Fax (021) 7270034, (021) 7270036 Hunting
Laman: http://www.pnj.ac.id e-pos: humas@pnj.ac.id

LEMBAR REVISI SIDANG TUGAS AKHIR – PEMBIMBING

Nama Mahasiswa	:	Dessy Febriyanti
NIM	:	2204321003
Program Studi	:	D3 Keuangan dan Perbankan
Judul Tugas Akhir	:	Analisis Promosi Penjualan Mobil Kijang Innova Zenix Pada PT Astra International Auto2000 cabang Wahid Hasyim Tahun 2021-2024
Dosen Pembimbing	:	Heri Abrianto, SE.,M.M.

No.	Revisi	Hasil Revisi	Keterangan *)
1	Istilah asing → cth yang!		
	dan tata tulis lainya.		

Depok, 07 Juli 2025
Dosen Pembimbing

Heri Abrianto, SE.,M.M.
NIP. 196510051997022100