

## **Meningkatkan Omset Penjualan Engine Genset BMGS PT. Berkat Manunggal Jaya Semarang Dengan Merancang Media Promosi**

**ANDHIKA PRAMUDHITO ADI**

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

*URL : <http://dinus.ac.id/>*

*Email : 114201101043@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

PT. Berkat Manunggal Jaya adalah salah satu perusahaan manufaktur, bergerak dibidang perakitan dan pembuatan engine genset dengan merek dagang BMGS ( Berkat Manunggal Generator Set ) dan berlokasi di Semarang, Jawa Tengah. Kebutuhan listrik yang makin tahun semakin meningkat menimbulkan permasalahan baru bagi masyarakat Indonesia, salah satu dampaknya yaitu seringnya terjadi pemadaman listrik secara bergilir di berbagai tempat di Indonesia. Situasi seperti ini sebenarnya sangat menguntungkan bagi PT. Berkat Manunggal Jaya untuk mengejar target atau omset yang ditetapkan oleh perusahaan, tetapi yang terjadi perusahaan tersebut setiap tahunnya mengalami penurunan omset, hal tersebut dapat terjadi karena berbagai faktor, salah satunya yaitu kurangnya promosi menggunakan media-media promosi yang efektif. Pada perancangan media promosi ini penulis menggunakan metode kualitatif dan pengumpulan data. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, dan dokumen. Metode analisis dating yang telah didapat menggunakan analisis SWOT sebagai alat penetapan strategi pemasaran yang efektif. Dalam perancangan media promosi ini memberikan suatu konsep yang difokuskan pada engine genset BMGS yang memiliki kualitas yang baik, harga yang ditawarkan relatif lebih murah daripada produk sejenis, dan pelayanan purna jual yang sangat baik dari perusahaan. Media promosi yang digunakan yaitu web-banner, direct mail, iklan media cetak (koran), merchandise, x-banner. Diharapkan setelah media promosi ini diluncurkan maka nilai omset yang di dapatkan oleh PT. Berkat Manunggal Jaya dari penjualan engine genset BMGS dapat meningkat lebih baik daripada sebelum menggunakan media promosi sebagai sarana untuk berpromosi.

Kata Kunci : Komunikasi, media, mesin genset, perancangan.

**Increasing sales turnover of generator engine BMGS, Berkat Manunggal Jaya Semarang Company by designing Promotion Media.**

**ANDHIKA PRAMUDHITO ADI**

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

*URL : <http://dinus.ac.id/>*

*Email : 114201101043@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRACT**

Berkat Manunggal Jaya Semarang Company is a manufacturing company which engaged in the manufacture of generator engine assembly with trademark BMGS (Berkat Manunggal Generator Set) which is located in Semarang, Central Java. Electricity needs are increasing every year it causes new problems for Indonesian people; one of them is frequent power outages in turns at many places. The situation is actually very beneficial for Berkat Manunggal Jaya Company to achieve the target or turnover which set by the company, but this company decreases its turnover every year. It happens because of various factors. One of them is a lack of promotion which does not use an effective promotion media. The design of the promotion media, the writer used qualitative methods and data collection. The methods are interviews, observation and documents. To obtain the data, the writer used SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats analysis) as a devise to an effective marketing strategy. The design of promotion media provides a concept that is focused on generator engine BMGS which has good quality, relative cheap of similar product, and after sales service is excellent from the company. Promotion media which BMGS used are web-banner, direct mail, printed media advertising (newspaper), merchandise, and x-banner. After using promotion media which will be launched, BMGS hopes that the number of turnover would be better than before.

Keyword : communication, design, generator engine, media