

PENERAPAN BAURAN PROMOSI PRODUK WESELPOS

(Studi Kasus PT. Pos Indonesia (Persero) Surakarta)



TUGAS AKHIR

Disusun untuk Memenuhi sebagian Persyaratan Mencapai derajat Ahli
Madya Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran

oleh :

RIZKI NURWAHYU WIDODO

F3212061

**Program Diploma III
Manajemen Pemasaran
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sebelas Maret Surakarta
2015**

ABSTRAK

PENERAPAN BAURAN PROMOSI PRODUK WESELPOS (Studi Kasus pada PT. Pos Indonesia Surakarta)

Rizki Nurwahyu Widodo
NIM F3212061

Di era modernisasi seperti saat ini, penggunaan produk weselpos dalam transaksi pengiriman uang sangat kurang diminati oleh masyarakat. Ini dikarenakan adanya kemudahan yang diberikan oleh bank-bank dalam bertransaksi keuangan melalui mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Oleh karena itu, PT. Pos Indonesia (Persero) harus bisa merancang strategi promosi yang tepat agar konsumen mau menggunakan jasa layanan produk weselpos.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pelaksanaan bauran promosi pada produk weselpos PT. Pos Indonesia (Persero) Surakarta. Ternyata produk weselpos hanya menyertakan dua variabel bauran promosi yang meliputi periklanan dan promosi penjualan. Media promosi melalui periklanan antara lain 1) media cetak, 2) brosur, 3) poster, 4) televisi, dan 5) internet. Sedangkan promosi penjualan meliputi 1) hadiah dan 2) promo. Hasil tersebut ternyata belum memenuhi teori bauran promosi yang terdiri dari: 1) periklanan, 2) promosi penjualan, 3) hubungan masyarakat, 4) penjualan pribadi, dan 5) pemasaran langsung.

Saran yang dapat diberikan untuk PT. Pos Indonesia (Persero) Surakarta hendaknya perusahaan dapat melakukan kegiatan lebih gencar lagi, menggunakan media-media promosi yang ada khususnya media elektronik, serta melakukan kegiatan *personal selling* di wilayah Surakarta.

Kata kunci : **bauran promosi**

ABSTRACT

APPLICATION OF PRODUCT PROMOTION MIX WESELPOS (Case Study on PT. Pos Indonesia Surakarta)

Rizki Nurwahyu Widodo
NIM F3212061

In the era of modernization such as this, the use of the product weselpos in remittance transactions so less attractive to the public. This is due to the convenience provided by banks in financial transactions through Automated Teller Machine (ATM). Therefore, PT. Pos Indonesia (Persero) should be able to design appropriate promotional strategies that consumers want to use the services of weselpos products.

The purpose of this study was to analyze the implementation of the promotion mix at product weselpos PT. Pos Indonesia (Persero) Surakarta. It turns weselpos products include only the two variables promotional mix includes advertising and sales promotion. Media promotion through advertising, among others, 1) print media, 2) brochure, 3) poster, 4) televisions, and 5) the Internet. While the sales promotion includes 1) prize and 2) promo. The results turned out to not meet the theory promotional mix consisting of: 1) advertising, 2) sales promotion, 3) public relations, 4) personal selling and 5) direct marketing.

Advice can be given to PT. Pos Indonesia (Persero) Surakarta company should be able to conduct more vigorous again, using a media campaign that is especially the electronic media, as well as personal selling activities in the area of Surakarta.

Keywords: promotional mix

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Laporan Tugas Akhir dengan Judul :

PENERAPAN BAURAN PROMOSI PRODUK WESELPOS (Studi Kasus pada PT. Pos Indonesia Surakarta)

Telah di setujui oleh Dosen Pembimbing untuk diujikan guna mencapai derajat Ahli Madya Program Studi III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Surakarta, Juni 2015

Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing



Drs. Suseno, M.M.

NIP. 195005101986031001

HALAMAN PENGESAHAN

Telah disetujui dan diterima baik oleh tim penguji Tugas akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Manajemen Pemasaran

Nama : Rizki Nurwahyu Widodo

NIM : F3212061

Judul Tugas Akhir :

**PENERAPAN BAURAN PROMOSI PRODUK
WESELPOS (Studi Kasus pada PT. Pos Indonesia
Surakarta)**

Surakarta, Juni 2015

Tim Penguji Tugas Akhir

1. Drs. Heru Purnomo M.M
NIP. 195701221986031003



Penguji

2. Drs. Suseno, M.M.
NIP. 195005101986031001



Pembimbing

SURAT PERNYATAAN TUGAS AKHIR (TA)

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret :

Nama : RIZKI NURWAHYU WIDODO
NIM. : F3212061
Program Studi : D III MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Tugas akhir : PENERAPAN BAURAN PROMOSI PRODUK
WESELPOS (Studi Kasus PT. Pos Indonesia (Persero)
Surakarta)

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tugas Akhir Yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/ saduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan Ijasah dan penjabutan gelar sarjananya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.



MOTTO

Jalan yang sama sekali tak menyodorkan hambatan boleh jadi tak akan pernah membawa Anda ke mana pun. Maka, nikmatilah dan hadapilah setiap hambatan dalam hidup.

(Unknown)

Failing doesn't give you a reason to give up as long as you believe

(Uzumaki Naruto)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Orang tua, Bapak Marnoto dan Ibu Sri Parwananingsih
2. Keluarga besar
3. Sahabat – sahabat saya
4. Wanita di luar sana yang kelak menjadi teman hidup
saya
5. Universitas Sebelas Maret
6. Fakultas Ekonomi dan Bisnis
7. Pembaca karya saya

KATA PENGANTAR

Assalaamu'alaykum Warahmatullahi Wabarakaatuh.

Alhamdulillah hirobil'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga Tugas Akhir dengan judul "PENERAPAN BAURAN PROMOSI PRODUK WESELPOS (Studi Kasus pada PT. Pos Indonesia Surakarta)" ini dapat diselesaikan dengan baik. Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi syarat-syarat mencapai gelar Ahli Madya pada Program Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret. Dalam kesempatan ini penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini :

1. Dr. Hunik Sri Runing Sawitru, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.
2. Drs. Mohammad Amien Gunadi M.P. selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran pada Program Diploma III FEB UNS.
3. Drs. Suseno, M.M. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang dengan segenap hati memberikan bimbingan, pengarahan, dukungan, motivasi serta meluangkan waktu untuk menerima konsultasi dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Pram Suryanadi, S.E, M.Si selaku Pembimbing Akademik.

5. Bapak Eddy Susanto selaku manajer bagian SDM PT. Pos Indonesia (Persero) Surakarta yang telah berkenan memberikan kesempatan ke pada penulis untuk melakukan magang kerja dan penelitian.
6. Bapak Marnoto dan Ibu Sri Parwananingsih, orang tua tercinta dan tersayang yang selalu memberikan dukungan moral serta moril.
7. Bagos, Bhaissar, Bernat, Gagah, Yusuf, Ammanda, Agung, Restu dan sahabat lainnya yang tidak disebutkan satu per satu.
8. Teman – teman DIII Manajemen Pemasaran angkatan 2012.
9. Teman-teman Kos Amanah.
10. Semua pihak yang telah membantu namun tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhirnya penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, karena keterbatasan penulis dalam pengembangan serta pengetahuan yang dimiliki. Semoga Tugas Akhir ini berguna untuk menambah pengetahuan bagi semua pihak khususnya penulis.

Semoga Allah SWT senantiasa memberi pertolongan dan berkah yang berlimpah atas bimbingan dan bantuan semua pihak yang membantu penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.

Surakarta, Juni 2015

Penulis

Rizki Nurwahyu Widodo

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A LatarBelakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
E. Metode Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori	7
1. Pengertian Promosi	7

2. Pengertian Bauran Promosi.....	7
B. Metodologi Penelitian	14
1. Lokasi dan Waktu Penelitian	14
2. Jenis dan Sumber Data.....	14
3. Sumber Data.....	14
4. Teknik dan Alat Pengumpulan.....	14
5. Analisis Data	15
BAB III PEMBAHASAN	16
A. Gambaran Umum Perusahaan	16
B. Laporan Magang Kerja	30
C. Pembahasan.....	35
1. Periklanan.....	37
2. Promosi Penjualan.....	41
BAB IV PENUTUP.....	43
A. Kesimpulan	43
B. Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
III.1 Kegiatan Magang Bagian Pelayanan	33
III.2 Kegiatan Magang Bagian Pemasaran.....	34
III.3 Kegiatan Magang Bagian Antarana	35
III.4 Daftar Tarif Weselpos Domestik	36
III.5 Daftar Tarif Weselpos Internasional	37

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
III.1 Logo PT. Pos Indonesia (Persero).....	25
III.2 Struktur Organisasi PT. Pos Indoensia (Persero).....	27
III.3 Brosur Weselpos Instan.....	38
III.4 Poster Weselpos Instan	29
III.5 Cuplikan Iklan Weselpos	40
III.6 Launching Acara Luber Hadiah 2014	42